TEACH YOURSELF SCREENWRITING

Lời cảm ơn

Xin được cảm ơn sự cho phép về bản quyền tới: Richard Curtis khi cho phép trích dẫn kịch bản *Four wedding and a funeral*; Rob Grant & Doug Naylor khi trích dẫn kịch bản *Red Dwarf VI*; Jurgen Wolff với các biểu đồ ở trang 103 và 163; M&A Film Corporation Pty. Ltd với tóm tắt truyện phim *Strictly Ballroom*; các cây bút của Monthly and The Stage vì sự cho phép trích dẫn các bài báo của tôi.

Có rất nhiều người tôi muốn gửi lời cảm ơn: các thành viên của Screenwriters' workshop, những người đã giúp đỡ tôi trong việc hoàn thành cuốn sách: Mike Belbin, Colin Clements, Barbara Cox, Lawrence Gray, Melanie Heard-White, Peter Hogan, Henri Kleiman, Roddy Maclennan, Joanne Maguire, Susan Mundy, Margaret Ousby, Mark Parker, Phil Parker, William Sargent, và Allan Sutherland.

Cùng những bạn đồng nghiệp khác đã giúp đỡ tôi: Allon Reich, Terry Back, Anton Hume (Grant Thornton), Mike Bolland, Roger Bolton, Graham Clayworth, Stephen Cleary, Dick Clouser, Andrew Curry, Richard Curtis, Andrew Davies, Tony Dinner, Charles Elton, Barbara Emile, Julian Friedmann (Blake Friedmann), Malcolm Gerrie (Initial), Alex Graham (Wall to Wall), Michael Hauge, Richard Holmes, Paul Jackson, Linda James, Lisa Pare, Duncan Kenworthy, Lynda La Plante, David Liddiment, Adrian Mourby, Sue Nott, Jack Rosenthal, Gary Sinyor, Barry Smith (Richards Bulter), Laurence Brown (Denton Wilde Sapte), Nick Symons, William G. Stewart, Paul de Vos, Larry de Waay, Colin Welland, Ronald Wolfe và những phỏng vấn của họ được trích ở đây.

Xin cám ơn những đóng góp và khích lệ của Dugal Muller, Olga Ruocco Daley, Mike Shelton và Alan Smith và tất cả những người bạn mà tôi đã trích ý mượn lời để đưa vào cuốn sách này.

Xin cám ơn những người đã giúp đỡ tôi trong quá trình viết và biên tập bản in: John Day, Paul de Vó, Sid McLean, Rinaldo Quacquarini, Nico Rilla, Eric VanEvanhoven và Catherine Coe và Katie Lander. Xin đặc biệt cảm ơn Andrew Davies vì lời nói đầu.

Xin cám ơn người đại diện của tôi Emma Darrell và Roger Hancock vì đã nhiệt tình giúp đỡ tôi.

Cuối cùng, cuốn sách này xin được dành tặng cha mẹ tôi May và George vì tất cả và hơn thế nữa.

Lời nói đầu

Khi tôi bắt đầu viết, thời đó chẳng có cuốn sách hướng dẫn nào, cũng chẳng có lớp dạy viết sáng tạo, chỉ có những khóa học biên kịch đơn thuần. Hiện nay, có vô số sách dạy biên kịch và hàng trăm khóa học, bản thân tôi cũng từng đi dạy

những khóa kiểu này. Tôi từng tham dự khóa học Cấu trúc Truyện của Robert McKee, và tôi thấy nó thật hữu ích: "Đừng bao giờ để phần kết trượt ra khỏi tay của nhân vật trung tâm – hãy dồn nhân vật trung tâm đến bước đường cùng" – đó là điều chúng ta biết rất rõ, những cũng không thể ghi sâu trong đầu quá thường xuyên. Vào thời điểm đó, tôi đã là một nhà biên kịch thành danh.
Vậy tôi học viết như thế nào? Dĩ nhiên là bằng cách ngồi viết: viết mỗi ngày. Không có cách nào khác, dù bạn có đọc bao nhiêu cuốn sách đi nữa. Nếu bạn cảm thấy làm như vậy vất vả quá, khi đang bắt đầu sự nghiệp viết lách này, hãy bỏ cuộc sớm đi. Bạn cần phải yêu nghề và cần làm đúng ngay từ đầu, bởi vì công việc này chỉ càng ngày càng khó lên mà thôi. Ngoài việc viết thường xuyên, tôi cũng chăm chỉ đọc tất cả những kịch bản nào tôi có được trong tay, tìm kiếm những ý tưởng và kỹ thuật mà tôi có thể học lỏm được và đưa vào tác phẩm của chính mình. Không chỉ từ những kịch bản phim truyện (rất hiếm vào thời đó) mà cả kịch của Shakespeare và Chekhov (luôn học lỏm từ những gì hay nhất). Bạn không phải lo ngại về chuyện đạo văn: tầm nhìn của riêng bạn sẽ tỏa sáng và dẫn đường chỉ lối, nếu bạn là người có tầm nhìn.

Nhưng tôi có thể tiết kiệm được thời gian của mình nếu những quyển sách như thế này được xuất bản khi tôi bắt đầu sự nghiệp - thật tuyệt vời khi những lời khuyên sáng suốt trong ngành truyền thông này được trình bày rõ ràng, dễ hiểu như thế này, và hình thức trình bày cũng không quá cầu kì. Đây là cuốn sách mà tôi muốn gợi ý cho các sinh viên biên kịch. Ray Frensham đã đọc và đi tìm hiểu từ những chuyên gia đầu ngành – hãy đọc sách nhiều bao nhiêu tùy thích, nhưng tôi nghĩ sẽ tốt hơn nếu bạn đọc nhiều kịch bản và xem nhiều phim. (Danh sách trong chương 22 quả thực rất đáng giá - thậm chí bỏ tiền mua sách chỉ vì Chương 22 cũng đáng)

Một cuốn sách dạy viết kịch bản không thể biến bạn thành một nhà biên kịch giỏi, nhưng cuốn này thực sự có ích. Chúc may mắn!

Andrew Davies
Tháng 1 - 2003

01 –
Giới thiệu

Trong chương này các bạn sẽ học:

- Điều gì khiến viết kịch bản hoàn toàn khác biệt với các hình thức viết khác?
- Các thể loại kịch bản khác nhau
- Làm sao để đạt được tính kỷ luật trong việc viết hàng ngày?
- Bạn phải gây ấn tượng để vượt qua được kẻ gác cổng để đưa tài năng và kịch bản của mình đến đúng người - Người đọc thẩm định kịch bản

Để làm một bộ phim hay, bạn chỉ cần 3 thứ: một kịch bản hay, một kịch bản hay và một kịch bản hay.
Đạo diễn *Alfred Hitchcock*

Tại sao ta đọc cuốn sách này?
Cuốn sách này được viết để dành cho những nhà biên kịch mới bắt đầu. Mục đích của cuốn sách không chỉ để hướng dẫn bạn vượt qua những khúc mắc và rắc rối trong việc viết kịch bản (phim truyện, truyền hình, video) mà còn dạy bạn cách để tiếp cận với ngành công nghiệp này. Trong số các thể loại viết lách, kịch bản là nơi sự sáng tạo gắn liền với kinh doanh rõ rệt nhất và bạn nên cảm thấy dễ chịu và tự tin khi đối mặt với cả hai vấn đề này. Giới truyền thông luôn thích tạo ra sự bí ẩn xung quanh chính họ và phương pháp làm việc của họ, riêng tôi, tôi thích bật mí cả quá trình.

Có thể bạn đã có một câu chuyện muốn kể ra nhưng không biết cách cấu trúc nó thành một kịch bản. Hoặc bạn chỉ có một ham muốn được viết, nhưng chẳng có ý tưởng gì. Tuy nhiên, trước khi bạn viết cảnh một, vẫn có cả đống công việc khổng lồ bạn cần phải làm.

Cuốn sách này sẽ cung cấp những kỹ năng đặc biệt được dùng khi mô tả hình ảnh thị giác. Ngoài ra, còn đề cập đến những thắc mắc thực tế mà tôi và rất nhiều thành viên từng tham gia Hội thảo các nhà biên kịch vẫn thường hỏi đi hỏi lại nhiều lần trong suốt những năm qua: làm sao để có ý tưởng? câu hỏi nào tôi cần đặt ra cho kịch bản và nhân vật của mình? làm sao để kiếm được một người đại diện? làm sao tôi bảo vệ bản quyền của mình? và nhiều câu hỏi khác nữa.

Nhiều cuốn sách viết về nghề biên kịch thường tiếp cận chủ đề bằng cách đưa ra những quy định nghiêm ngặt bắt buộc phải tuân theo, đặc biệt là về cấu trúc kịch bản. Cuốn sách này thì khác. Khi đưa ra một hướng dẫn nào đó, tôi không tuyên bố rằng "bắt buộc phải làm theo cách này". Điều tôi muốn nói ám chỉ hai hướng:

- Là một biên kịch mới vào nghề, gửi kịch bản cho nhà sản xuất, đạo diễn hay người của Hội đồng duyệt (những người có đủ quyền đưa ra quyết định), họ sẽ không đọc kịch bản của bạn. Kịch bản sẽ được đưa cho Những người đọc thẩm định để đánh giá. Công việc của những người này - nấc thang thấp nhất của khâu sản xuất - là lọc ra những kịch bản "dở tệ" trong số những bản thảo tự do được gửi đến (không thông qua người đại diện). Những người đọc thẩm định chuyên nghiệp là những người mà bạn

và kịch bản của bạn phải vượt qua và gây được ấn tượng. Bất cứ "quy tắc" nào được đưa ra trong cuốn sách này đều là những điều mà Nhóm đọc thẩm định được dạy để nhắm vào trong mỗi kịch bản được gửi tới. Và…

- Bạn là nhà biên kịch cần biết những quy tắc của cuộc chơi trước khi bạn có thể bắt đầu uốn nắn chúng theo cách của riêng mình.

Viết một kịch bản cũng giống như viết một bài sonnet: bạn phải đưa ra giới hạn cụ thể để khoanh vùng hình thành một câu chuyện.

Caroline Thompson
Biên kịch các phim: *Edward Scissorhands (Edward tay kéo),*
The Night before Christmas (Đêm trước Giáng sinh),
The secret garden (khu vườn bí ẩn)

Thông thường, 90% kịch bản được gửi đến là rác rưởi (bạn sẽ phát hiện ra nguyên nhân ở trong cuốn sách này) và sẽ bị từ chối thẳng thừng. Khoảng 10% kịch bản đáng để đọc từ đầu đến cuối. Trong số đó có khỏang 2% đáng lưu ý và các nhà biên kịch sẽ được gọi đến để "nói chuyện", và chỉ có 1% thực sự đáng để quan tâm trong giai đoạn tiếp sau. (Ở Hollywood người ta nói rằng tỉ lệ là 1 kịch bản trên tổng số 100-130, nhưng thực ra là gần 200 và con số này vẫn tăng lên). Kịch bản của bạn cần phải nằm trong top 2% đó . Cuốn sách này sẽ giúp bạn đạt được điều này.

Đó là quá trình chưng cất từ kho tri thức khổng lồ và những kinh nghiệm có được trong các cuộc hội thảo từ năm 1983 và từ chính kinh nghiệm của bản thân tôi trong ngành này với tư cách là nhà biên kịch, người thẩm định kịch bản, giáo viên, người chỉnh sửa kịch bản, người môi giới tài chính và nhà sản xuất, chủ tịch của Hội biên kịch. Hầu hết những gì tôi đưa ra dạy đều dựa trên những phim truyện hoặc phim truyền hình hay mà tôi được xem hoặc những kịch bản dở tệ mà tôi được đọc. Bạn sẽ tìm thấy những minh họa cùng lời bình luận và kinh nghiệm của những nhà biên kịch đã thành công hoặc đang băng băng thẳng tiến vào thế giới điện ảnh và truyền hình.

Chẳng bao giờ có khoảng thời gian nào là thuận lợi hơn trong ngành công nghiệp này. Lượng khán giả của điện ảnh và truyền hình giải trí luôn tăng không ngừng, luôn đòi hỏi những điều khác biệt và mới mẻ. Sự phát triển của kỹ thuật số đã mở ra một không gian vô hạn đối với truyền hình truyền thống, truyền hình cáp và truyền hình vệ tinh với nhu cầu lấp đầy thời gian phát sóng. Ngoài ra còn có Internet và ngành công nghiệp trò chơi điện tử. Các cơ hôi đang lơ lửng ngoài kia chờ được chúng ta nắm lấy.

Cuối cùng, cuốn sách này sẽ cung cấp danh sách (có được từ các nguồn trong ngành) và những bài tập thông thường mà bạn có thể sử dụng để phân tích và

tự đánh giá nỗ lực của mình – “tính tương tác” theo nghĩa chính xác nhất của từ này.

Không thể nào vượt qua con đường khi không có kịch bản tốt.

Stephen Frears
Đạo diễn: *High Fidelity, The Grifter, Dangerous Liaisons, Dirty pretty things, My beautiful laundrette*

Nguyên gốc và Chuyển thể
Có hai loại kịch bản: nguyên gốc và chuyển thể.

Kịch bản nguyên gốc được viết dành riêng cho phim và không dựa trên bất cứ tác phẩm nào đã từng được sản xuất hoặc xuất bản (ví dụ: *Gladiator, The Sopranos, Amélie, Monster Inc., The Sixth sense, Six fêt under, Ocean's eleven, Pleasantville, Signs, Waking Ned, American Pie, Notting Hill, The usual suspects, L.A Confidential, La Haine, American Beauty, Toy Story, Memento, Shakespeare in love, Gosford Park*)

Một kịch bản chuyển thể là kịch bản dựa trên một nguồn chất liệu nào đó. Ví dụ:

- Một cuốn sách: *Angela's Ashes*, *The lord of the rings, Babe, High Fidelity, Cocoon, The Talent Mr. Ripley, Cold Mountain, Harry Potter…, The sum of all fears, Interview with the vampire, Frankenstein, Schindler's list, About a boy, Minority report, Field of dreams, Get shorty, Shrek, Red Dragon, Jurassic Park, The firm, The last of the Mohicans.*
- Một vở kịch: *Plenty, Richard III, East is the east, La Cage Aux Folles*, *Romeo and Juliet* của William Shakespeare
- Sản phẩm truyền thông khác: *Spider-man, Superman, Daredevil, Batman, X-men, The hulk* (truyện tranh); *Tales of the city, Bridget Jones's Diary, Sex and the city* (chuyện mục trên báo), *Mars Attacks!* (tấm hình trong bao kẹo cao su); Road to Perdition (tiểu thuyết hình); *The Avengers, The Beverly Hillbillies, The Addam family, Mission: Impossible, Scooby-Doo, Charlie's Angels* (TV series); *Tomb Raider, Resident Evil* (trò chơi điện tử), vv.

Có những cốt truyện dựa trên những sự kiện lịch sử hoặc tiểu sử nhân vật (ví dụ: *Saving Private Ryan, Erin Brockovic, Ali, A beautiful mind, The Dish, Black Hawk Down, Windtalkers, Titanic, Cradle will rock, The Cat's meow, The birdmand of Alcatraz, Pearl Habour, Quiz Show, Apollo 13*) chúng nằm ở giữa hai ranh giới tuy nhiên vẫn được xếp vào loại kịch bản nguyên gốc.

Trên 60% các kịch bản được sản xuất là chuyển thể, nhưng gần như tất cả các kịch bản lần đầu sản xuất đều là nguyên gốc. Tại sao? Bởi vì chuyển thể đòi hỏi một kỹ năng riêng (xem chương 18) và bởi vì trước khi bắt đầu công việc chuyển thể nghiêm túc, bạn cần có được/mua được tác quyền của tác phẩm gốc.

Áp dụng các quy tắc để có một kịch bản hay cho cả hai dạng thức trên.

Hãy lập ra danh sách ví dụ các bộ phim của từng thể loại kịch bản. Nhìn vào danh sách phim bạn vừa viết trên giấy. Dựa trên những gì bạn biết về chúng, hãy nghĩ xem phần credit của mỗi phim sẽ ra sao? Rồi so sánh với phần credit in trên poster của phim. Bạn có đúng không? Bạn có thể thấy một số poster phim chỉ đơn giản ghi là "kịch bản của…." không chú thích xem đó là kịch bản nguyên gốc hay chuyển thể. Bạn nghĩ thế nghĩa là sao?

Viết kịch bản: Một quá trình hợp tác

Điều đầu tiên bạn nhận thấy đó là việc *viết kịch bản là một quá trình hợp tác* - thường là khá thương đau, đơn giản rằng nó là một phần của con quái thú mà bạn phải đối đầu. Có thể bạn là tác giả duy nhất kịch bản của chính bạn, nhưng kể từ lúc bạn đặt dấu chấm kết thúc kịch bản và gửi cho ai đó, nhà biên kịch sẽ chỉ là một phần của một ê-kíp. Nếu bạn muốn kiểm soát từng từ, từng chữ, từng hình ảnh, thì hãy viết một cuốn tiểu thuyết hoặc kịch bản sân khấu – cách duy nhất bạn có thể đạt được việc kiểm soát toàn bộ trong trò chơi này là khi bạn tự đạo diễn và sản xuất tác phẩm của mình.

Nếu kịch bản của bạn được một nhà sản xuất chọn - họ sẽ mua quyền khai thác tác phẩm trong một giai đoạn nhất định – tác phẩm được đưa vào "phát triển". Khi đó nhà sản xuất sẽ bàn thảo kịch bản với bạn và đưa ra một vài "lưu ý" yêu cầu bạn viết lại hoặc sửa đổi một phần nào đó theo gợi ý của họ (nếu thỏa thuận thiện chí) hoặc yêu cầu bắt buộc (nếu không đồng ý). Một khi một kịch bản bước vào giai đoạn tiền kỳ, khi đó sẽ có đạo diễn, diễn viên, người thiết kế bối cảnh, người tạo hiệu ứng đặc biệt và kỹ xảo. Kịch bản sẽ được sửa chữa thêm trong quá trình quay phim (biến các cảnh thành một thứ nghệ thuật có thể thực hiện được và ngân sách là điều mấu chốt), và tất cả có thể bị thay đổi một lần nữa trong giai đoạn hậu kỳ khi dựng phim.

Tại sao bạn nghĩ rằng các nhà làm phim lại không giữ nguyên phiên bản gốc của biên kịch? Liệu việc hợp tác có thúc đẩy sáng tạo hay là một kiểu "lắm thầy thối ma"?

Nếu bạn nghĩ rằng chịu thay đổi để làm vừa lòng những người khác sẽ khiến bạn hoặc là hoang mang, buồn chán hoặc tức giận, xin chúc mừng: bạn đã bước những bước đi đầu tiên trên con đường trở thành nhà biên kịch!

> Kịch bản là của ông biên kịch, nhưng phim là của đạo diễn – hãy quen với việc đó đi.

William Goldman
Biên kịch/tác gia các phim: *Butch Cassidy and The Sundance Kid, All the President's Men, Misery, Maverick*…

Biên kịch/đạo diễn Wolf Rilla gọi kịch bản là bản vẽ chi tiết và quả đúng như vậy: một sơ đồ các khả năng, được nhóm sản xuất biến thành bộ phim. Phải mất nhiều tháng, thậm chí nhiều năm để tác phẩm xuất hiện trên màn hình. Vì thế ngay từ giai đoạn đầu tiên của cuộc hành trình, cần phải hiểu một vài thông số kỹ thuật và những khả năng về mặt hình ảnh trong lĩnh vực truyền thông.

Định nghĩa kịch bản

Người ta nói phim ảnh là một hình thức nghệ thuật vĩ đại của thế kỷ 20. Dĩ nhiên các hình thức khác không thể tận dụng được khả năng kiểm soát của camera để phóng to và thu nhỏ những gì khán giả nhìn vào, biến hình ảnh trở nên chân thực hơn cả hiện thực. Mức phóng to hay thu nhỏ tạo ra *cấp độ cho tính chân thực cảm xúc và định dạng cảm xúc* là không thể so sánh được: đó là thứ trải nghiệm mà khán giả cảm nhận được khi ngồi trước màn hình.

Tuy nhiên, trải nghiệm này xảy ra *trong tâm trí của khán giả* - và đó là nơi bạn phải sống trong đó. Lãnh địa của các nhà biên kịch chính là *trải nghiệm cảm xúc của khán giả*.

Nhưng nói rằng một kịch bản là một trải nghiệm cảm xúc thì chưa đủ. Một kịch bản *tạo ra* trải nghiệm cảm xúc, đưa ra *chỉ dẫn* và *ý nghĩa* và một khoảnh khắc cao trào hồi hộp trong đoạn cuối.

Xương sống của một kịch bản hiện đại có thể được định nghĩa như sau: câu chuyện về một *nhân vật bị ảnh hưởng bởi cảm xúc*, người mà ngay từ đầu kịch bản đã phải *đối đầu một khó khăn* khiến người này mong muốn *đạt tới một mục tiêu cụ thể nào đó*. Nỗ lực làm việc đó làm nảy sinh liên tiếp *những trở ngại*, nhưng cuối cùng nhân vật cũng vượt qua được tất cả nhờ *quá trình chuyển hóa và trưởng thành* của mình.

Khái quát về kịch bản drama

Mỗi câu chuyện được kể là tập hợp một chuỗi sự kiện. Chúng ta không tính lại từng cảnh hoặc từng chi tiết xảy ra trong cả quá trình, chúng ta lựa chọn cái để kể (và bỏ qua) rồi cấu trúc lại thành một câu chuyện hay – ngay cả khi kể chuyện cười cũng vậy.

Kể chuyện phim – và kịch bản – là hình thức kể chuyện rời rạc nhất (sau truyện tranh). Một câu chuyện phim có thể diễn ra trong vài ngày (hoặc như trong phim *Driving Miss Daisy* – vài thập kỷ) nhưng bạn chỉ có hai tiếng đồng hồ để kể chuyện. Vì thế bạn phải chọn ra những đoạn sao cho duy trì được hình ảnh và tính kết nối của toàn bộ câu chuyện.

Nếu một tiểu thuyết hoặc kịch bản sân khấu – có thể chấp nhận sự lan man, tiếp cận khán giả trực tiếp, kiểm tra được tâm lý, nội tâm, vv. – có thể tương tự như làm một bộ phim video gia đình thì một bộ phim cần phải được xem như là một series những bức ảnh được kết nối lại để tạo thành một bộ phim hòan chỉnh.

Công việc của bạn là chọn ra được những bức ảnh - học cách bỏ qua – và sắp xếp thành một trật tự tạo hiệu quả kịch tính nhất thu hút được tối đa tác động về mặt cảm xúc.

Làm sao biết được nên bỏ qua điều gì? Bạn hãy bỏ qua tất cả các cảnh mà khán giả có thể tự suy luận được. Nếu một phụ nữ trong văn phòng nói rằng cô ấy đói và sẽ ra ngòai kiếm một cái bánh mỳ kẹp, những cảnh có thể xảy ra là gì? Hãy xem xét những cảnh hiển nhiên sau:

1. Văn phòng. Pam nói rằng đói và đi kiếm bánh kẹp.
2. Văn phòng, gần cửa. Pam mặc áo và đi ra ngòai.
3. Cầu thang. Pam bước xuống cầu thang và ra ngòai phố. Cô bước ra.
4. Đường phố. Pam bước ra ngoài phố, sang đường, tiến đến cửa hàng bánh.
5. Cửa hàng bánh. Pam từ ngòai phố bước vào và đứng xếp hàng.
6. Xếp hàng. Pam di chuyển từ từ trong hàng và cuối cùng cũng đến được quầy bánh.
7. Quầy bánh. Pam gọi bánh kẹp và đứng đợi bánh được làm xong rồi cho vào trong túi.
8. Cửa hàng. Pam cầm cái túi bánh tới một cái bàn gần đó rồi ngồi xuống.
9. Bàn. Pam mở túi bánh, lấy bánh ra và đưa lên miệng.
10. Miệng. Pam cắn một miếng bánh to. Cô trông khá hạnh phúc.

Giờ bạn hãy quyết định xem đâu là những bước quan trọng nhất trong câu chuyện ở trên. Chọn ra những cảnh tối thiểu để kể lại câu chuyện. Bỏ qua những bước mà bạn nghĩ khán giả có thể tự suy ra. Để bỏ những thứ phụ, hãy tự hỏi bản thân: nó có quan trọng với câu chuyện không? nó có giúp đẩy câu chuyện tiến lên? nó có làm hỏng ý nghĩa câu chuyện nếu bị bỏ ra?

Phim điện ảnh và truyền hình: tương đồng và khác biệt

Mặc dù cả phim truyện và truyền hình đều sử dụng ngôn ngữ hình ảnh như nhau, nhưng vẫn có nhiều khác biệt về mặt kỹ thuật cần lưu ý.

Phim điện ảnh	**Phim truyền hình**
Chủ yếu quay tại một địa điểm với những cảnh quay nội hoặc trong trường có quay hoặc tại địa điểm quay.	Quay chủ yếu trong trường quay. Hầu hết là cảnh nội (thỉnh thoảng chèn những cảnh ngoại)
Thường quay 1 máy, cùng một cảnh phim được quay làm nhiều lần: đầu tiên là một cú quay chính (cú máy trùm bao quát hành động) sau đó là mỗi một cú máy cho từng nhân vật đang nói, tiếp theo sẽ có những cảnh cận	Thường quay 3 máy (1 máy quay bao quát toàn bộ nhân vật chính và bối cảnh, cộng với một máy quay cho mỗi một người nói chính)

nếu cần thiết.

Format kịch bản (xem trang 20) phủ kín tòan trang giấy. Lời thoại ở giữa, những mô tả khác Phần bên chạy dọc trang.	Format kịch bản (xem trang 21) chỉ sử dụng nửa trang bên tay phải. trái bỏ trống. Mọi chi tiết có trong phần bên phải sẽ xuất hiện trước máy quay, phần bên trái là những gì xuất hiện sau máy quay (phần này sẽ được điền vào sau, đó là những chỉ đạo quay, kỹ thuật quay)
Thoại và (đặc biệt) hình ảnh sẽ chia sẻ nhiệm vụ đem đến câu chuyện và hành động.	Thoại sẽ đưa đẩy câu chuyện và hành động.
Có thể có nhiều nhân vật (từ 10 trở lên) nhưng chỉ tập trung vào 2 nhân vật chính	Có thể có ít nhân vật (khỏang 5-7 người). Trong các series phim dài tập, nhân vật xuất hiện liên tục.

Cũng nên nhớ đến kích thước màn hình – đây là vấn đề quan trọng. Màn hình phim điện ảnh rộng hơn, đòi hỏi kiểu kể chuyện giàu hình ảnh, tham vọng của biên kịch và đạo diễn phải lớn hơn. Truyền hình, dù sử dụng mức độ hình ảnh trung bình, nhưng gần gũi hơn vì sử dụng nhiều thoại lèo lái câu chuyện, phụ thuộc vào "những cái đầu biết nói", chiếu những nhân vật khi họ đang nói thoại. Hơn nữa, nếu viết cho một kênh TV thương mại, nên lưu ý rằng có những đoạn nghỉ quảng cáo và nên đưa vào cấu trúc kịch bản của bạn, xây dựng những đoạn cao trào, căng thẳng khiến khán giả háo hức muốn xem sau đoạn nghỉ quảng cáo.

Thông thường các bộ phim của Mỹ giàu hình ảnh hơn phim Anh và Châu Âu, những bộ phim được coi là giàu chất văn (có lẽ là do truyền thống dân tộc) và phụ thuộc vào lời thoại. Tuy nhiên, mọi thứ giờ đã đổi thay. Khi một khán giả muốn có một trải nghiệm chân thật, thú vị, mạnh mẽ và giàu cảm xúc, họ sẽ tìm đến một bộ phim điện ảnh trước tiên.

Ngành công nghiệp này vẫn coi phim điện ảnh là thu được nhiều nhất – nó là "nghệ thuật"; truyền hình là một thứ phổ biến có thể len lỏi vào từng nhà (nếu bạn viết kịch bản sân khấu hoặc tiểu thuyết thì bạn được coi là nhà văn chân chính). Nhưng thực tế là với điện ảnh, người ta phải đưa ra một quyết định tỉnh táo khi xem nó, phải ra ngoaì và trả tiền để cảm nhận nó. Khi ở trong rạp chiếu

phim ta gọi đó là "cảm nhận trọn vẹn" – dù rằng những cảm nhận này còn bao gồm tiếng giấy xột xoạt hay tiếng người nói điện thoại sau lưng bạn.

> Không giống như phim ảnh, rạp chiếu không đòi hỏi gì, ai cũng hay cả. Khi có tiền, thì ngay cả những kẻ vớ vẫn cũng vào được.

Jez Butterworth
Tác giả/đạo diễn: *Mojo, Birthday girl.*

Một câu châm ngôn cũ về nghề diễn cũng được áp dụng với các nhà biên kịch: người ta hoạt động ở sân khấu là vì tình yêu, làm truyền hình là để thể hiện và làm phim vì tiền. Rõ ràng là tiền tỉ lệ nghịch với tính nghệ thuật, nhưng tiền cũng làm tăng tính kết nối hợp tác. Và viết kịch bản là quá trình *hợp tác* có mưu mẹo.

Tôi tự hào khi nói rằng có 23 người đã đóng góp vào kịch bản phim *A fish called Wanda.*

John Cleese

Khởi đầu

Thật dễ dàng khi các nhà biên kịch dành nhiều thời giờ để suy nghĩ hoặc nói về kịch bản của mình mà không thực sự bắt tay và viết. Khi bạn ngồi xuống và đối mặt với trang giấy trắng, có hàng ngàn lí do khiến bản không viết nổi (pha trà, đọc báo, xem TV). Dĩ nhiên bạn nên ngồi nghiền ngẫm ý tưởng và kịch bản, nhưng sẽ dễ dàng cho việc nghiền ngẫm hơn nếu bạn thực sự viết ra thứ gì đó. Đó là một cái cớ hay ho, nhưng vẫn là một cái cớ, vì thế:

HÃY VIẾT RA - hoặc tự xóa xổ luôn nghiệp viết

Hãy nghĩ theo cách này: viết lách cũng giống như tập luyện cơ bắp, phải thực hành hàng ngày, dù là chỉ 30 phút.

> Với kịch bản thô, giọng văn cũng cần sáng sủa và thú vị. Hãy nói bằng chính giọng của mình và để phần nguyên bản đó tỏa sáng. Phần mài dũa có thể được xử lý sau.

Tony Marchant
Biên kịch các phim: *Holding on, Goodbye Cruel World, Swallow, Crime and Punishment.*

Đừng hi vọng có một kịch bản hoàn chỉnh ngay từ đầu hoặc phong cách riêng của bạn sẽ hiện lên trang giấy ngay từ những nỗ lực đầu tiên. Vấn đề là hãy viết, viết và tiếp tục viết cho đến khi bạn viết ra hết những thứ rác rưởi có trong đầu mình. Phải mất một thời gian bạn mới phát hiện ra được giọng văn của mình. Thường thì bạn sẽ nghe người khác nói rằng bạn mang phong cách gì,

đó là lí do tại sao các nhà biên kịch thường lập thành một nhóm để trao đổi thông tin và góp ý xây dựng. Nên nhớ:

Nhà biên kịch luyện tập bằng cách Viết

Cũng khá dễ dàng để một nhà biên kịch trút hết năng lượng vào một cảnh hoặc trường đoạn, viết đi viết lại nhiều lần, cố gắng viết cho thật chuẩn. Thực tế là bạn vẫn đào ở chính luống ruộng đó, đào sâu hơn và sâu hơn những chẳng bao giờ chạm được đáy câu chuyện.

Hãy tự cho phép mình viết ra những thứ rác rưởi: đừng cố tình viết ra những thứ đó, nhưng cũng đừng bỏ qua nó. Cứ viết ra đã, rồi chuyển sang cảnh sau cho đến đoạn kết. Thời điểm để rà soát lại là khi bạn *đã có* thứ gì đó trên giấy. Trích câu nói nổi tiếng của Art Arthur:

Đừng cố làm cho chuẩn - Cứ viết ra

Viết kịch bản là cả một quá trình tiến từng bước một tới hình ảnh mà bạn tưởng tượng. Hãy chấp nhận từng bước đó. Đừng có vội vàng. Thoải mái và thư giãn với cả quá trình. Dù bạn có làm gì cũng đừng cố viết lại khi bạn chưa xong bản nháp đầu tiên.

Nghĩ bằng hình ảnh

Các cảnh ban đầu là những cảnh bình thường, hãy học cách nghĩ như một chiếc máy quay. Có một câu châm ngôn nói rằng : "**Hãy cho thấy hình ảnh - đừng có kể**!". Hãy luôn nhớ điều đó. Nhưng đừng bao giờ quên rằng *lãnh địa của các nhà biên kịch là ở trên giấy*; nhiệm vụ của bạn là chuyển thể hình ảnh bằng lời và nhiệm vụ kịch bản của bạn là *tạo ra một bộ phim trong tâm trí độc giả* - kích thích họ, kéo họ vào, kể một câu chuyện thậy hay khiến họ lật hết trang này sang trang khác cho đến khi hết. Hãy bắt đầu thay đổi lối suy nghĩ quen thuộc: nghĩ bằng hình ảnh và bạn sẽ viết ra bằng hình ảnh.

> Có một điều Corolco có nói với tôi khi chúng tôi mua bản quyền *Basic Instinct* đó là: Nó thật tuyệt vời, người ta bỏ ngần ấy tiền ra để mua bởi vì kịch bản đã làm bộ phim hiện hình ngay trên trang giấy.

Joe Eszterhas
Biên kịch: *Jagged Edge, Music Box, Flashdance*

Quan sát và học hỏi

Cuối cùng, hòa mình vào giới truyền thông là *điều thiết yếu*. Các nhà biên kịch thường tự học bằng cách đọc những kịch bản đã được phát hành, phân tích những đoạn băng video và tham gia những khoá học ngắn hạn. Thực tế, việc tự học là rất cần thiết: một quá trình tự thử nghiệm và phạm sai lầm. Hãy

nghiên cứu nhiều nhất có thể. Đọc hết tất cả những kịch bản bạn có trong tay. Tuy nhiên, nên chắc chắn rằng đó là những bản nháp kịch bản nguyên gốc, chứ không phải dạng kịch bản được chuyển thể từ sách đã xuất bản - xem chương 22 cung cấp nhiều trang web hữu ích và phần "Tìm hiểu thêm" về những nguồn bán lẻ. Nhưng hãy xem và đọc bằng con mắt suy xét. Sử dụng các luận điểm trong cuốn sách này để phân tích quá trình sản xuất. Tại sao phim này thành công còn phim kia thất bại thảm hại? Hãy quan sát các Hồi, sự phát triển của nhân vật, cốt truyện chính và phụ, các cảnh và trường đoạn, thoại và lời ngoài thoại, vv. Điều gì khiến bạn đọc ngấu nghiến kịch bản này, nhưng lại uể oải với kịch bản kia? Kịch bản đó có *dựng lên một bộ phim trong tâm trí bạn*? Làm sao kịch bản đó làm được điều này? Phong cách của kịch bản đó đặc biệt sống động hay hài hước? Điều đó có được chuyển tải lên màn hình? Tác động của nó lên bạn – khán giả? Hãy học hỏi từ những người khác, cả những người đã thành công và những người đã từng thất bại.

CHÚ Ý QUAN TRỌNG: Khán giả

Xuyên suốt cuốn sách này, mỗi khi cụm từ khán giả được sử dụng, nó mang HAI ý nghĩa:

(i) người ngồi trước màn hình
(ii) người đọc kịch bản của bạn lần đầu tiên

Hãy luôn nhớ điều này trong đầu – không chỉ khi đọc cuốn sách này mà kể cả trong lúc bạn ngồi viết kịch bản

Ngày viết: tính kỷ luật và quản lý thời gian

> Bạn cần đặt ra cam kết viết một kịch bản thật hay. Để thành công bạn phải tự nghiêm khắc với mình trong công việc.

Joe Eszterhas
Biên kịch*: Basic Instinct, Jagged Edge.*

> Tôi coi nó là một nghề, giống như các nghề nhiệp khác, ngoại trừ việc được trả công cao hơn. Tôi bắt đầu làm việc lúc 10h, sau bữa trưa, tôi làm liên tục đến 6-7h tối, rồi nghỉ.

Paul Attanasio
Biên kịch*: Quiz show, Disclosure,*
Donnie Brasco, The sum of all fears,
Homocide: Life on the streets.

Vạn sự khởi đầu nan: tính kỉ luật, tự nghiêm khắc với bản thân. Nên nhớ rằng cơ bắp cần được thường xuyên luyện tập: bạn càng tập thường xuyên, thì nó càng trở nên khoẻ mạnh. Nếu khoảng thời gian của bạn bị giới hạn, hãy đặt một mục tiêu tối thiểu hàng ngày (giống như Kingsely Amis là 500 từ/ngày). Đừng quá lo lắng về chất lượng, ý tưởng sẽ dần bước vào như một thói quen. Bí mật ở chỗ tự biết bản thân mình, bằng cách nào và vào lúc nào trong ngày

bạn làm việc tốt nhất và trong hoàn cảnh lý tưởng nào. Mỗi người chúng ta đều khác nhau. Bạn cần khám ra khoảng thời gian thích hợp nhất cho bản thân, và tận dụng tối đa khoảng thời gian đó - *một cách đều đặn*. Hãy đặt một cuộc hẹn cho riêng mình – và duy trì nó.

> Tôi cố gắng tạo ra cho mình thời hạn hoàn thành và viết lên lịch "Bản nháp đầu tiên, sau 1 tháng kể từ thời điểm này"; tôi lên kế hoạch và cố gắng hoàn thành đúng hạn. Tôi cần phải đưa ra thời hạn hoàn thành vì ta rất dễ sao nhãng sang làm việc khác.

Tom Schulman
Biên kịch*: Dead poet society,*
Honey, I shrunk the kids

Vấn đề luôn ở tính kỷ luật tự giác và học cách quản lý thời gian. Đối với sự sáng tạo thì chẳng có hướng nào là "sai". Chỉ bởi vì trước đó chưa có ai đã từng làm theo cách của bạn hoặc là bạn không biết ai đã từng làm theo cách đó, điều này chẳng có gì là sai trái hoặc ít giá trị. Nguyên tắc của bạn nên là: Bất cứ điều gì khiến bạn làm việc được tốt nhất – Làm luôn!

> Bạn có một kịch bản 120 trang, có rất nhiều khoảng trống, và đầy những khoảng trống kép. Chẳng có lí do nào khiến bạn không thể viết 3 trang một ngày; không giống như là viết ba trang tiểu thuyết một ngày. Không có nhiều từ, không có nhiều từ

William Goldman

Vai trò của người đọc thẩm định kịch bản

Như đã nói ở trên, Người đọc thẩm định kịch bản (Hollywood hiện nay gọi họ là "Người phân tích truyện") đó là rào cản đầu tiên trong ngành này đối với các nhà biên kịch. Họ làm việc một mình, không được trông thấy, ít nói và họ có ảnh hưởng rất quyền lực đối với các biên kịch mới vào nghề. Có một vài nhà biên kịch dành đôi lời tốt đẹp cho những người này, tuy nhiên nhóm Người đọc thẩm định này luôn bị giới trong ngành coi là một con quỷ cần phải có. Các nhà điều hành sản xuất quả thực không có thời gian để đọc hết lượng kịch bản khổng lồ gửi cho họ. Có nhiều kịch bản viết dở tệ đến mức cần phải gạt bỏ ngay lập tức trước khi tìm thấy chút tiềm năng nhỏ bé nào ở trong. Người đọc kịch bản sẽ xem tất cả là lọc bỏ ra những thứ rác rưởi. Khi đọc xong 1 kịch bản, Người Đọc thẩm định sẽ viết một-hai trang nhận xét (gọi là "coverage" – khái quát) gửi cho nhà sản xuất hoặc trưởng ban. Phần đánh giá này sẽ là một bản tóm tắt cốt truyện kèm theo nhận xét cá nhân của Người đọc thẩm định và gồm cả 2 phương án gợi ý: một cho kịch bản, một cho nhà biên kịch. Phương án gợi ý thường chỉ là một từ: bỏ qua, cân nhắc, đáng lưu tâm. Mẫu báo cáo của Người đọc được in ở trang bên.

Có thể phương án gợi ý về kịch bản khác với phương án dành cho kịch bản. Có thể bạn có một phần mở đầu tốt, câu chuyện thú vị (đáng lưu tâm), nhưng được viết rất tệ (bỏ qua).
Nếu một Người đọc không tiến cử kịch bản của một nhà biên kịch vô danh, ngay lập tức, kịch bản sẽ bị loại. Nếu họ tiến cử kịch bản đó, thì kịch bản sẽ được gửi đến người quan trọng hơn. Vì thế nhiệm vụ đầu tiên của bạn là vượt qua được Người đọc thẩm định với những lời nhận xét tích cực của họ – cho cả bạn và kịch bản của bạn.
Trước khi đọc một kịch bản, Người đọc sẽ nhấc nó lên và xem nó nặng bao nhiêu – xem nó đã đủ độ dài thích hợp chưa? Sau đó họ sẽ lật đến trang cuối – kịch bản ngắn thường được đọc trước, kịch bản dài sẽ dành để sau. Đối với phim điện ảnh, kịch bản dài chừng 90-100 trang sẽ khiến Người Đọc mỉm cười, thậm chí 110 trang thì vẫn được chấp nhận. *Mức tối đa có thể chấp nhận là 120 trang.* Tôi biết rằng điều này nghe thật ngốc – lý tưởng ra thì kịch bản nên dài ngắn tuỳ thuộc vào chính nó – nhưng cũng có lí do cả đấy, và quan trọng là phải khiến Người đọc đứng về phía nhà biên kịch. Nếu một Người đọc hoãn đọc kịch bản dài, họ sẽ có thái độ không được tích cực với nó.

Kế tiếp, Người đọc dùng ngón cái lướt nhanh một lượt từng trang kịch bản để xem tỉ lệ chữ đen trên nền giấy trắng (họ muốn nhìn thấy nhiều khoảng trắng): để xem lối trình bày có đúng chuẩn của một kịch bản không? Cách trình bày và bố cục là rất quan trọng (xem chương 2).

Sau đó họ sẽ đọc 10 trang đầu (hiện nay thì chỉ là 5) rồi chuyển sang đọc 5 trang cuối, và chọn đọc vài trang bất kỳ trong vài cảnh nào đó ở phần giữa kịch bản. Nếu họ thấy hài lòng và ấn tượng, họ sẽ đọc toàn bộ kịch bản từ đầu đến cuối.

Bạn muốn họ làm việc này thì phải làm cho kịch bản của mình thật thú vị, và dễ đọc. Kịch bản sẽ xuất hiện trên hình, trong tâm trí Người đọc và trên cả trang giấy nữa. Có quá nhiều kịch bản, mặc dù được cấu trúc rất hoàn hảo và có lẽ sẽ thành một bộ phim cực hay, nhưng lại vô cùng tẻ nhạt khi ở trên giấy. Việc của bạn là *quyến rũ Người đọc.*

Vượt qua được Người đọc thẩm định, là bạn đã thành công bước đầu tiên, chính những bước đầu tiên đôi khi lại là bước khiến bạn vấp ngã. Cuốn sách này sẽ giúp bạn vượt qua rào cản đó. Cuộc hành trình bắt đầu từ đây.

> Tại sao Miramax lại chọn *The English Patien* Bởi vì đó là kịch bản hay nhất tôi được đọc trong năm.

Harvey Weinstein
M.D., Miramax Film

> Kịch bản đó (*The full monty*) quá tuyệt đến mức, chúng tôi bật đèn xanh chỉ vài tuần sau khi nhận được nó.

Jim Wilson

Giám đốc sản xuất Fox Searchlight, L.A.

Có một bài báo thú vị viết về Người đọc thẩm định kịch bản của Michael Hauge, mà các bạn có thể tìm thấy ở trang: www.hollywood.net/Hauge/readers.html

ĐÁNH GIÁ KỊCH BẢN	
TỰA ĐỀ:	
TÁC GIẢ:	
NGƯỜI ĐẠI DIỆN:	SỐ ĐT:
NGƯỜI ĐỌC:	NGÀY:
ĐỀ CƯƠNG: NHẬN XÉT:	

ĐIỂM: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

02

Bố cục kịch bản : ngôn ngữ hình ảnh của bạn

Trong chương này bạn sẽ học:

- Cách viết kịch bản theo đúng format
- Làm sao để thể hiện bản thân và tác phẩm của mình trong ngành này

Hãy kiếm một kịch bản có format chuyên nghiệp và ghi chú mọi thứ; từ những hướng dẫn đơn giản nhất như INT. (NỘI) và EXT. (NGOẠI) cho đến độ đại chính xác và *không bao giờ đi lệch ra khỏi format đó.* Bạn có thể gửi đến một tuyệt phẩm nhưng nếu không được bố cục chuẩn, Người đọc thẩm định sẽ quẳng nó đi ngay sau khi đọc cảnh 1.

Lynda La Plante
Biên kịch*: Prime Suspect, Widows,*
Trial and Retribution, Framed, etc.

Trước khi bắt đầu hành trình sáng tác, rất cần lập ra một vài chi tiết cơ bản xem kịch bản của bạn sẽ được trình bày như thế nào và ngôn ngữ chuyên môn được sử dụng.

Điều đầu tiên cần hiểu đó là:

Bố cục và trình bày đúng cách (format) Là những bước cần thiết đầu tiên Để bán được kịch bản

Vì thế hãy tuân theo những nguyên tắc của format – có những điểm rất linh hoạt, nhưng nhiều điểm thì không. Mục đích của chúng là *sự rõ ràng* và *việc truyền đạt thông tin*, để khiến Người đọc thẩm định dễ đọc kịch bản của bạn. Đừng chống lại chúng – hãy sử dụng chúng.

Tất cả các kịch bản gửi đến đều phải được đánh máy, trên khổ giấy A4 và chỉ in một mặt cho mỗi tờ. Kịch bản nào không tuân theo sẽ bị trả lại mà không được đọc. Nếu gửi sang Mỹ, nên nhớ rằng họ thích khổ giấy 8.5” x 11”. Phông chữ sử dụng nên là 12point Courier. Tại sao?

- Như thế sẽ dễ đọc
- Giúp Người đọc thẩm định tính được thời lượng kịch bản. Format của phim: 1 trang = 30-40 giây trên hình.

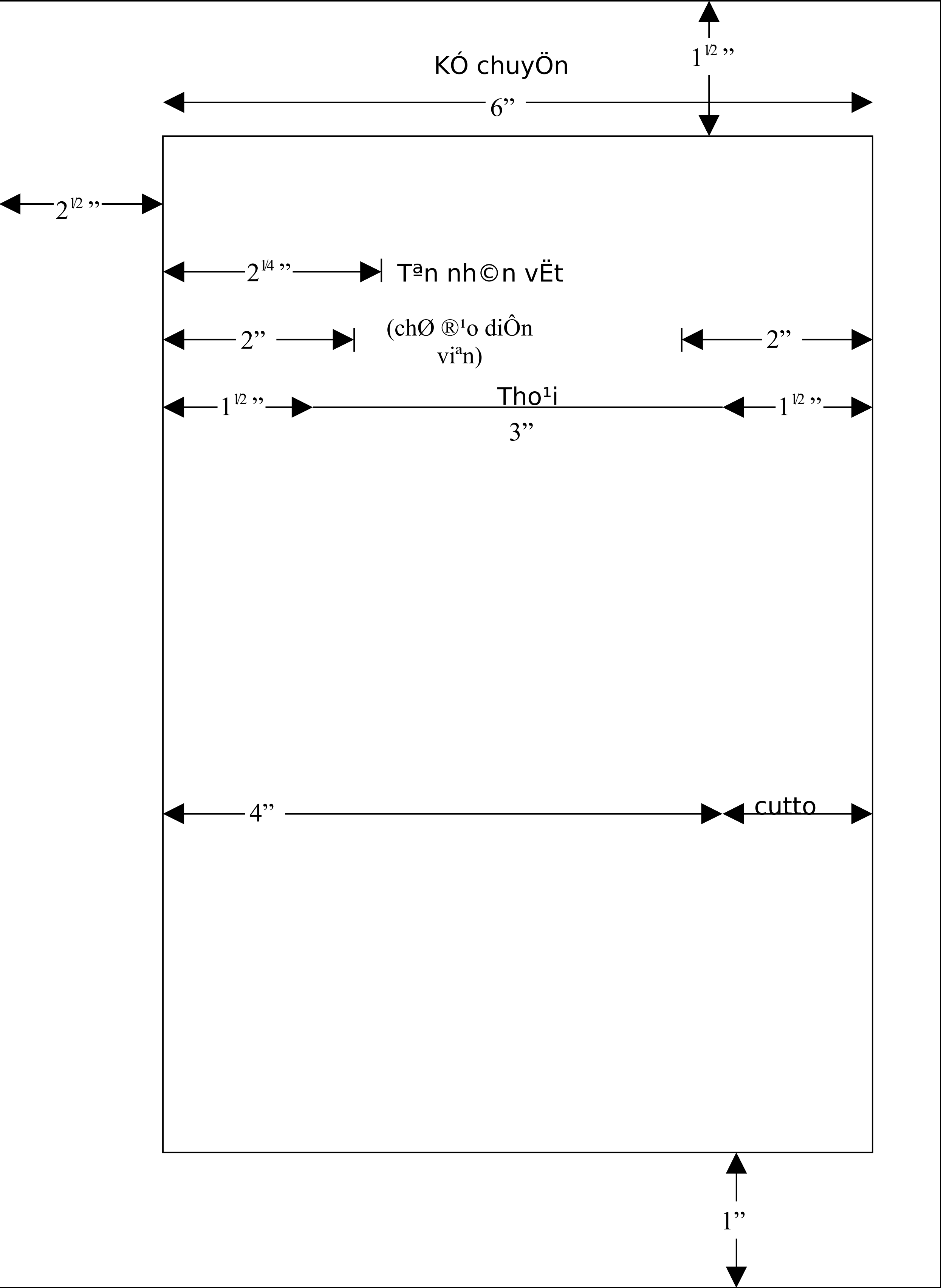
- Giúp những người đọc khác trong khâu sản xuất nhanh chóng nắm bắt được nội dung của kịch bản và ý đồ của biên kịch.

Rất nhiều nhà biên kịch mới vào nghề trút khối năng lượng khổng lồ vào việc hoàn thiện câu chuyện của họ, cấu trúc, nhân vật và thoại, nhưng lại quên phần hình thức bên ngoài. Trong ngành này, cả nội dụng và hình thức đều quan trọng. Các nhà sản xuất và người đại diện cảm thấy: một nhà biên kịch chuyên nghiệp biết cách quan tâm đến hình thức sản phẩm sẽ đủ chuyên nghiệp để viết ra một câu chuyện hay. Do đó, việc trình bày format chuẩn là rất quan trọng (đối với cả phim truyện và truyền hình) – xem Chương 22 và phần "Tìm hiểu thêm". Đọc những điều đó sẽ cho bạn thấy bạn có thể hoặc không thể thay đổi điều gì. Mục đích của bạn là *một kịch bản chuyên nghiệp* và *có thể đọc được*.

Trang viết

Trang bìa và tiêu đề sẽ được trình bày ở chương 14. Trang một là trang viết đầu tiên. Các trang phải được ghi ở góc trên bên phải hoặc ở giữa, cuối trang. Ngoài ra ở trong trang 1:

.Hình thức trình bày kịch bản phim điện ảnh:
Bạn không được để tiêu đề lên đầu trang. Thông tin đầu tiên xuất hiện đó là FADE IN (rõ dần): ở bên góc trên bên trái (FADE OUT: làm hình mờ dần: xuất hiện ở góc dưới bên phải của trang cuối của kịch bản).
.Hình thức trình bày kịch bản phim truyền hình:
UK (băng video) bố cục kịch bản riêng (hình 2.3). Kịch bản TV thương mại sẽ có một đoạn nghỉ (để quảng cáo) và được ghi Phần 1 và Phần 2, vv.



KÓ chuyÖn
6”
1 1/2 ”
2 1/2 ”
2 1/4 ”
Tªn nh©n vËt
2”
(chØ ®¹o diÔn viªn)
2”
1 1/2 ”
Tho¹i
3”
1 1/2 ”
4”
cutto
1”

Hình 2.1: Mẫu trình bày kịch bản điện ảnh.

63
NỘI. PHÒNG NGỦ. NHÀ CỦA MATTHEW & GARETH – ĐÊM

GARETH và MATTHEW, đang ngủ, ôm nhau

NỘI. CĂN HỘ CỦA CARRIE, PHÒNG NGỦ – ĐÊM
CHARLES và CARRIE đang ở trên giường

CARRIE
Em đã biết là điều này sẽ xảy ra
Giây phút em nói “vâng” với Hamish.
Em đã nghi ngờ rằng sẽ có một
vụ “ăn vụng” cuối cùng.

NỘI. PHÒNG NGỦ NHÀ FIONA. NHÀ CỦA TOM & FIONA – ĐÊM
FIONA, đã tỉnh, đang đọc trên giường.
NỘI. PHÒNG NGỦ NHÀ TOM. NHÀ CỦA TOM VÀ FIONA – ĐÊM
TOM, đang ngủ, nằm ngửa, bộ pyjama cài cúc kín cổ.

NỘI. BẾP. NHÀ CỦA CHARLES & SCARLETT – ĐÊM
SCARLETT, say rượu, đang ngủ trên bàn nhà bếp.

NỘI. CĂN HỘ của CARRIE. PHÒNG NGỦ - SÁNG SỚM

CARRIE
Em nghĩ đã đến lúc anh phải đi

CHARLES
Mới 5h sáng mà.

CARRIE
9h sáng nay chị dâu của em sẽ đến.
Bọn em bàn chuyện về phù dâu.

CHARLES
Em nói đúng. Anh chẳng đóng góp
được gì nhiều trong vụ đó.

CHARLES im lặng mặc đồ

CHARLES (tiếp)
Thỉnh thoảng em có thích hẹn hò không...
CARRIE
(không nhấc đầu khỏi gối)
Dạ thôi, cám ơn anh.
CHARLES
Tại sao?

Hình 2.2: mẫu bố cục kịch bản phim truyện
Nguồn: Four wedding and a funeral © Richard Curtis

40. NGOẠI. (OB) **PHỐ LAREDO** **NGÀY**

NHỮNG THẰNG BÉ APOCALYPSE (*khải huyền)* ĐANG CHẦM CHẬM BƯỚC QUA MÀN KHÓI XOÁY VÀ DỪNG LẠI. **KRYTEN** BƯỚC RA VÀ ĐỨNG ĐỐI DIỆN CHÚNG. **LISTER, RAMMER VÀ CON MÈO** BƯỚC RA ĐẰNG SAU ANH TA, VÀ BỌN NÀY TẢN RA TRÊN PHỐ.

THẦN CHẾT
Được hỗ trợ hả, anh cảnh sát trưởng?

KRYTEN
Ta nhớ ra rồi, mi là một con virus máy tính.
Mi đi từ máy này sang máy khác, chèn đè
lên các chương trình gốc.

THẦN CHẾT
Bệnh dịch lan truyền, đúng là ta đó. Để xem
liệu ta có thể giữ cân bằng được không nhé

THẦN CHẾT NÂNG CÁNH TAY CỦA HẮN. MỘT LUỒNG ĐIỆN XANH ĐƯỢC PHÓNG THẲNG LÊN TRỜI.

41. NỘI **OPS. TRONG PHÒNG**

MỘT TIA SÁNG XANH PHÓNG RA TỪ ĐẦU CỦA **KRYTEN** VÀ CHẠY DỌC

DÂY ĐIỆN NỐI ANH TA VỚI HỘP ĐIỆN
ĐIỀU KHIỂN VÀ NÓ NỔ XÌ XÈO NHƯ
MÁY NAVICOMP LÚC TRƯỚC VÀ
TA THẤY TRÊN MÀN HÌNH HIỆN CHỮ
"KỸ NĂNG ĐẶC BIỆT" VÀ DÒNG CHỮ
NHẤP NHÁY BÊN CẠNH "XOÁ"

42. NGOẠI PHỐ LAREDO NGÀY

NHƯ TRƯỚC ĐÓ

MÈO
Anh ta đang làm gì thế?

RIMMER
Khởi động máy. Đưa chúng ta ở đúng ví
trí
của mình: làm anh hùng, kẻ liều mạng
sẽ
đá đít hắn bay dọc vùng Pecos
(NHỔ TĂM XUỐNG ĐẤT)
Thưởng thức chương trình nhé!

- 35 -

Hình 2.3 mẫu bố cục kịch bản truyền hình
Nguồn: Red Dwarf (Tập 3: Gunmen of the Apocalypse) © Rob Grant & Doug Naylor

Tất cả các phim truyền hình một tập, truyền hình ít tập đều sử dụng hình thức trình bày giống kịch bản phim điện ảnh. Tất cả kịch truyền hình Mỹ (gồm cả sitcom) cũng sử dụng hình thức trình bày của phim điện ảnh và được viết dưới dạng các Hồi (hai hồi trong nửa giờ và 4 hồi trong 1 giờ) và điều này được đánh máy ngay trên đầu trang phía trên dòng FADE IN (rõ dần). Mỗi hồi bắt đầu ở một trang mới. Lưu ý rằng với những đoạn phim hay series băng hình đã quay thì bao giờ cũng phải có tên của series đó. Mỗi hồi bắt đầu với FADE IN (rõ dần) và kết thúc bằng FADE OUT (mờ dần).

Lưu ý: điều đáng chú ý nhất trong trang đầu tiên của hầu hết các kịch bản phim đó là cần chút ít thoại (nếu có): bạn đang cố gắng tạo ra một cảnh và không khí, tạo ra nhân vật chính, làm chúng ta thấy bối rối, thu hút khán giả và khiến Người đọc muốn đọc cả kịch bản, không chỉ là lời thoại (họ sẽ dễ dàng đọc hơn!). Hãy suy nghĩ bằng hình ảnh.

Tiêu đề cảnh

Tiêu đề của cảnh hay còn được gọi là slug line cung cấp thông tin cơ bản: ở đâu – khi nào của cảnh bên dưới. Mỗi cảnh mới thì đều có slug line của riêng nó và luôn phải được viết chữ in hoa. Thông tin được viết theo đúng trật tự nhất định, ví dụ:

(INT.)NỘI. NHÀ THỜ. PHÒNG ĐĂNG KÝ – ĐÊM
(EXT.)NGOẠI. THÁI ẤP – NGÀY

Ở đâu
(a) Đầu tiên là nơi cảnh đó diễn ra
INT. (interior - nội cảnh – ví dụ: trong một căn phòng)
EXT. (exterior - ngoại cảnh – ví dụ: trên phố)

(b) đưa ra vị trí rõ hơn, (c) vị trí cụ thể hơn nữa, ví dụ:

NỘI. LÂU ĐÀI. PHÒNG NGỦ - NGÀY

Có đôi khi bạn thấy vị trí của (b) và (c) bị đảo ngược, ví dụ:
NỘI. PHÒNG NGỦ. NHÀ CỦA CHARLES – ĐÊM
NGOẠI. XE CỦA SCARLETTE. ĐƯỜNG CAO TỐC – NGÀY

Như thế này cũng được:
NGOẠI. ĐƯỜNG PHỐ. KHU PHỐ NEW YORK – NGÀY

Mục đích là để Người đọc thấy được rõ. Tuỳ bạn quyết định, nhưng nếu thấy nghi ngờ thì cứ theo thứ tự (b) rồi đến (c).

Lưu ý: Nếu cảnh của bạn diễn ra ở trong xe ôtô hoặc trong một toa tàu hoả, thì vẫn là cảnh NỘI, dù rằng ôtô và tàu đang đi ở bên ngoài. ví dụ:

NỘI. ÔTÔ - TỐI
NỘI. ÔTÔ ĐANG DI CHUYỂN. ĐƯỜNG PHỐ LONDON – NGÀY

Bạn cũng có thể thấy NỘI/NGOẠI – nghĩa là địa điểm đặt góc máy quay (theo hướng nhìn của nhân vật) được đặt nội nhưng quay cảnh hoặc sự kiện diễn ra ở ngoại cảnh. (ví dụ: một cảnh đang diễn ra ngoài phố, được nhìn bởi một người đang ngồi trong xe ôtô).
NỘI/NGOẠI. ÔTÔ CỦA CHARLES/PHỐ - NGÀY

hoặc NGOẠI/NỘI. VƯỜN/NHÀ - TỐI

Khi nào
Thông thường, NGÀY hoặc ĐÊM là đủ. Bạn có thể nhìn thấy BÌNH MINH, SÁNG, CHIỀU, CHIỀU MUỘN, CHẬP TỐI, MUỘN HƠN, CÙNG LÚC ĐÓ hoặc MỘT LÁT SAU, nếu có lí do để sử dụng những từ đó. Đôi khi bạn có thể dùng TIẾP SAU hoặc TIẾP THEO nếu cảnh đó hoặc đoạn hội thoại tiếp

tục từ cảnh trước nhưng thay đổi địa điểm. Nhưng thường thì cứ áp dụng NGÀY – ĐÊM là dễ nhất.

Nguyên tắc là: một cảnh mới xảy ra bất cứ khi nào có sự thay đổi về không gian và thời gian.

LƯU Ý:
- Các cảnh không được đánh dấu thứ tự trong hình thức trình bày kịch bản của nhà biên kịch. Chúng chỉ được đánh thứ tự trong bản nháp sản xuất về sau. Tuy nhiên, kịch bản TV của Anh thì thường đánh số thứ tự cảnh. Phim truyền hình Mỹ có hình thức trình bày giống như hình thức trình bày phim truyện.
- Tiêu đề cảnh thường không được kẻ chân, tuy nhiên đôi khi trong kịch bản truyền hình Anh vẫn kẻ chân.
- Luôn đặt khoảng cách đúp (double-space) giữa tiêu đề và đoạn chữ bên dưới và giữa các cảnh.

Chỉ dẫn cảnh.
Còn được gọi là "business" hoặc "blackstuff", đây là đoạn chữ mô tả hình ảnh (không có thoại) những hành động của nhân vật vật và sự kiện tự nhiên liên quan đến câu chuyện. Hầu hết được viết dưới dạng chữ thường, rõ ràng, mạch lạc, không mang tính nhận định, đánh giá; thường sử dụng thời hiện tại, ví dụ:

Ngài Tóc vàng đóng cửa phía sau lưng họ. Hắn từ từ quay đầu sang phía tên cảnh sát.

Tên nhân vật thường được viết dưới dạng chữ thường, trừ khi lần đầu tiên tên họ xuất hiện trong kịch bản, khi đó tên của họ được viết hoa. Nếu trong cảnh của bạn có không khí quan trọng, hãy viết đoạn "business" ngay từ đầu cảnh và viết chữ hoa.

Tất cả các hướng của máy quay (nếu bạn sử dụng máy) đều làm việc với đoạn chữ viết hoa, tuy nhiên hãy cẩn thận và đừng sử dụng quá nhiều kỹ thuật này. Nên nhớ rằng bạn không phải là đạo diễn phim và Người đọc thẩm định có thể nhận ra tham vọng chỉ đạo của bạn nếu bạn sử dụng quá nhiều kỹ thuật này. Có một vài chỉ đạo cảnh mà bạn thường xuyên bắt gặp:

v.o.	(voice-over)	lời thuyết minh
o.s.	(offscreen)	bên ngoài hình
M.O.S.	(without sound)	không có âm thanh
P.O.V.	(point of view)	hướng nhìn
f.g.	(foreground)	tiền cảnh
m.g.	(midground)	trung cảnh
b.g.	(background)	hậu cảnh

Ba hình thức cuối thì quá rõ ý. Lời thuyết minh là đoạn thoại diễn ra ở đầu cảnh như trong phim *Blade runner, Goodfellas, Malcome in the Middle, George of the Jungle, Memento,* và phần mở đầu của *Field of Dreams, Maverick, Road to Perdition, Election, Spider-man,* và *Out of Africa,* vv. Thường thì lời thoại này là lời kể của nhân vật chính và kể một phần của câu chuyện. Các nhân vật khác không bao giờ nghe thấy lời thoại này và nó phản ánh suy nghĩ nội tâm của nhân vật. Thoại kiểu này cần tối giản. Nếu được sử dụng, cần được đặt đúng chỗ như các thoại khác và được viết đầy đủ. Ví dụ:

KAREN (thuyết minh)
Tôi có một trang trại ở Châu Phi

o.s. là những đoạn thoại mà các nhân vật khác (và khán giả) đều nghe thấy, nhưng được nói bởi một nhân vật không trực tiếp xuất hiện trên màn hình lúc đó.

M.O.S. được sử dụng khi một người đang đứng nói trước máy quay những khán giả không nghe thấy đoạn thoại đó. Ví dụ:

Trong hậu cảnh, Charles và David đang nói chuyện với nhau M.O.S. Họ sử dụng ngôn ngữ kí hiệu. Charles rất khéo tay và cảm thấy thoải mái với việc này.

Hạn chế tối đa sử dụng M.O.S.

P.O.V. (máy quay hướng theo đúng hướng nhìn của nhân vật) được sử dụng nhiều hơn một chút.

Góc máy

Hãy bỏ qua điều này! Một dấu hiệu phổ biến của những tay không chuyên đó là sử dụng cả tá chỉ đạo góc máy (quét, dolly, zoom, cận, vv.) trong kịch bản. Rất nhiều kịch bản được mua là kịch bản quay, trong đó đã bao gồm chỉ đạo góc máy. Nhưng các nhà biên kịch trong bản nháp của mình không nên làm thế. Một vài chỉ đạo mà bạn có thể dùng:

LS	(LONGSHOT)	Viễn cảnh
MS	(MEDIUM SHOT)	Trung cảnh
CS	(CLOSE SHOT)	Cận cảnh
C/U	(CLOSE UP)	Cận mặt
Tight C/U		Ví dụ: cận đôi mắt
Two shot		Trung cảnh 2 nhân vật
Three shot		Trung cảnh 3 nhân vật …

Nhưng không nhất thiết phải sử dụng tất cả các thuật ngữ này trong kịch bản của bạn; nó chỉ làm loạn thêm. Nếu thực sử cần dùng, thì cũng hạn chế thôi! Nếu bắt buộc phải dùng trong kịch bản của mình, có những cách lách luật. Ví

dụ thay vì “LS - viễn cảnh một biệt thự trên núi” thì hãy thử dùng “Nhìn từ đằng xa…” hoặc “khói bay lên từ ống khói của một ngôi nhà xa xa trên núi…”

Sử dụng cụm từ “chúng ta thấy” hoặc “chúng ta nghe thấy” khi muốn mô tả những gì khán giả cần tập trung vào, ví dụ:

Chúng ta thấy có hai đôi bàn tay đang lần mò với chiếc chìa khoá ở chỗ khoá cửa

Chúng ta nghe thấy tiếng sấm và rồi tiếng hét.

nhưng cũng không nên thường xuyên sử dụng chúng, luôn có những cách thay thế. Khi cảm thấy nghi ngờ thì hãy bỏ qua.
Luôn nhớ rằng kịch bản của bạn cần tập trung vào mạch chuyện và nhân vật chứ không phải những vấn đề cụ thể trong sản xuất. Hãy tạo ra một bộ phim trong tâm trí Người đọc và bỏ qua công việc chỉ đạo của đạo diễn.

Sắp xếp cảnh
Đó là khi bạn tạo ra một serie các cảnh để xây dựng một tập hợp hình ảnh hoặc cảm xúc (thường không bao gồm nhân vật chính và cũng không có thoại trong montage). Có rất nhiều cách viết. Ví dụ:

MONTAGE:

A- Núi lửa PHUN TRÀO và khói lửa bay lên trời

B- Mọi người chạy tán loạn. HỐT HOẢNG

C- Cảnh cướp bóc ở các cửa hàng. Mọi người đang chạy, ôm đầy quần áo và thức ăn.

D- Cảnh sát và quân đội đang cố gắng giữ trật tự

E- Máy bay đang bay trên đầu

Lưu ý: để khoảng cách đúp (double space) giữa các dòng. Nên nhớ rằng một trang kịch bản = 1 phút trên màn hình. Nếu một cảnh chiến đấu dài quá 3 phút trên màn hình, nó cũng sẽ dài 3 trang. Không nên viết như sau:

NỘI. BAR – NGÀY
Jake lao vào trong quán rượu. Anh ta vớ lấy một chai
và đập nó vào quầy bar. Anh ta bước ngang trên sàn nhà.
Đứng cách Clint một khoảng.

mà phải viết thế này:

NỘI. BAR – NGÀY

Jake lao vào trong quán rượu.

Anh ta vớ lấy một chai và đập và quầy bar.

Anh ta bước ngang trên sàn nhà.

Đứng cách Clint một khoảng

Với lối viết như thế này không những bạn định hình được thời lượng một phút của trang mà còn nhấn mạnh được những hành động quan trọng. Trình bày như vậy cũng dễ đọc hơn. Cuối cùng, đừng bao giờ viết những câu kiểu như "sắp xếp các cảnh để mắt bạn rơi lệ". Tạo ra hình ảnh và không khí – suy nghĩ bằng hình ảnh.

Cố tìm cho được kịch bản phim của *Raging bull* và *Fight club* – hãy xem họ mô tả cảnh đánh nhau trên trang giấy như thế nào.

Diễn xuôi

Những đoạn văn dài dòng liền mạch trong ngành này thường rất khó nhìn và khó đọc (một Người đọc thẩm định sẽ nhìn lướt từ trên xuống). Vì thế hãy cố gắng phân nhỏ các đoạn thành những đơn vị nhỏ hơn diễn tả một hành động hoặc ý nghĩ. Lời khuyên của tôi là đừng bao giờ viết 1 đoạn văn dài hơn 4-5 dòng. Một đoạn văn dài 1,2,3 dòng là chấp nhận được và cũng tốt cho bạn hơn. Để tách các câu trong đoạn văn sử dụng dấu chấm (.) hoặc hai dấu gạch (--). Nếu phải chuyển sang trang khác, nên cố gắng sắp xếp kết thúc câu trước khi chuyển sang trang tiếp theo.

Vào và ra

Làm sao để chuyển từ cảnh này sang cảnh khác? Cách cổ điển đó là sử dụng CUT TO - CHUYỂN SANG (viết ở cuối góc phải của cảnh cần kết thúc). Tuy nhiên, dù không cần viết ra, Người đọc cũng biết là chẳng có cách nào khác. Vì thế tốt nhất để không nhất thiết thường xuyên làm vụn đoạn văn bằng CUT TO. Bạn sẽ tiết kiệm được khoảng trống và có lẽ thêm được 3-4 trang cho kịch bản của bạn.

Những thuật ngữ khác cũng được sử dụng là:

FADE IN (đầu kịch bản) – rõ dần
FADE OUT (cuối kịch bản) – lmờ dần
DISSOLVE TO - mờ chồng
FADE TO BLACK - chuyển dần sang nền đen
FREEZE FRAME - dừng hình

Nên nhớ rằng nếu bạn FADE OUT hoặc FADE TO BLACK ở một cảnh thì cảnh sau phải có FADE IN. Nếu bạn không chắc lắm về cách sử dụng những thuật ngữ này, thì cứ áp dụng CUT TO: hoặc bỏ đi cũng được.

Thể hiện tên nhân vật

Tên nhân vật nói thoại thường được viết hoa và cách 1.5" so với lời thoại, không bao giờ được đặt ở giữa (xem hình 2.1 và 2.2). Thường thì các nhân vật của bạn đều phải có tên, nhưng có những nhân vật mà vai trò rất nhỏ trong câu chuyện, thì chỉ cần nêu vai trò của họ, ví dụ: NÔNG DÂN, THƯ KÝ, vv.

Chỉ dẫn diễn viên

Đây là lúc mà bạn, nhà biên kịch, hướng dẫn diễn viên diễn đạt lời thoại bạn viết như thế nào. Lời khuyên là: đừng làm thế, trừ khi giọng điệu nói thoại đối ngược với ý nghĩa câu nói.

JOHN
(mỉa mai)
Sẽ là một bữa tiệc hay ho đây!

Chúng thường được viết trong ngoặc đơn, trong một dòng và được đặt ở giữa TÊN NHÂN VẬT và Thoại. Đừng có can thiệp quá sâu vào lĩnh vực của diễn viên (và đạo diễn).

Chỉ đạo diễn viên là rất có ích nếu nhân vật của bạn đang đặc biệt nói với ai đó và có vài người cũng ở trong tầm nghe, ví dụ:

JOHN
(nói với Sandra)
Áo của anh đâu?

hoặc như sau:

Điện thoại kêu.

JAN
Văn phòng Griffin Mill…
xin đợi chút.
(nói với Griffin)
Bonnie Sherow.

Griffin gật đầu, anh nghe điện.

Bạn không xen kẽ mô tả hành động như dưới đây:

JOHN
(sai) (đánh Sandra)
Sơ mi của tao đâu?

JOHN
(đúng) Sơ mi của tao đâu?

Anh ta đánh Sandra.

Thoại

Thoại được đặt ngay dưới tên của người nói và khớp vào cột có chiều ngang 3” nằm ở trung tâm trang giấy (xem hình 2.1 và 2.2)

Tất cả dòng lời thoại chỉ cách đơn (single space) và không có khoảng trống giữa các từ, trừ khi được xen bởi một điều gì đó ví dụ một đoạn nghỉ ngắn hoặc dài. Có thể viết theo một trong 2 cách dưới đây:

(i) THIÊN THẦN
(thậm chí không thở gấp)
Ta sẽ cho ngươi rơi xuống trong tự do

Anh ta nhìn xuống nhóm 4 người đang ngỡ ngàng

Maverick dù thế nào cũng đã thuộc về ta…
(nghỉ)
… giờ là chuyện riêng tư.

(ii) THIÊN THẦN
(thậm chí không thở gấp)
Ta sẽ cho ngươi rơi xuống trong tự do

Anh ta nhìn xuống nhóm 4 người đang ngỡ ngàng.

Maverick dù thế nào cũng đã thuộc về ta…
(nghỉ) … giờ là chuyện riêng tư.

Đừng dùng gạch nối để tách một từ khi xuống dòng (dù cách sử dụng này là phổ biến, nhưng việc tách như thế sẽ làm gẫy câu)

(sai):

JOHN
Tôi chưa bao giờ nói thế. Khô-
ng, tôi nhớ rất rõ.

Cũng tương tự, đừng sử dụng gạch nối tách từ của thoại khi chuyển từ trang này sang trang khác. Kết thúc trang bằng một câu, và đầu trang sau là mở đầu câu khác.
Khi thoại của nhân vật bị ngắt bởi cách trình bày (chứ không phải bởi thoại của nhân vật khác xen vào), xem ví dụ dưới đây:

JOHN
Anh không cố ý làm thế.
Anh mong là em hiểu.

Anh ta cầm một con dao và tiến lại gần Sandra. Cô quằn quai và toát mồ hôi, dây
thừng xiết chặt hơn ở cổ tay cô.

JOHN (tiếp)
Em thấy đấy, anh rất xin lỗi về
sự lộn xộn này.

Nếu chỉ có một dòng mô tả xen vào giữa, bạn không cần phải viết lại tên nhân vật, trừ khi muốn nhấn mạnh tính rõ ràng.

Âm thanh

Bất cứ âm thanh quan trọng nào trong kịch bản của bạn (không trực tiếp gây ra bởi diễn viên) phải được viết hoa, ví dụ:

Còi xe cảnh sát RÚ LÊN dọc theo con phố tối tăm.

Norma quay sang khi mọt tấm biển CỌT KẸT trên toà tháp cổ.

Jake NGHE thấy tiếng nước chảy từ trên cầu thang

Nắm tay của Sandra ĐÂM qua cửa sổ.

TIẾNG nhạc cao vút CAO lên nữa (hoặc CHÌM DẦN)

Một tiếng GÕ CỬA phá vỡ màn im lặng.

Bạn có thể tìm thấy từ OVER được sử dụng, nghĩa tương tự như v.o (voice over) - lời thuyết minh nhưng áp dụng với âm thanh. Nó được sử dụng như sau:

NỘI/NGOẠI. NHÀ KHO – NGÀY

Chúng ta đi theo Mr. Blonde khi hắn bước ra khỏi nhà kho…

…tới chỗ chiếc xe của mình. Hắn mở thùng xe, lấy ra một can xăng.

Hắn quay lại nhà kho…

NỘI. NHÀ KHO – NGÀY

… mang theo can xăng.

Mr. Blonde tưới xăng lên người tên cảnh sát, anh này đang VAN XIN hắn đừng
làm vậy.

Mr. Blonde vẫn hát nhạc điệu bài
Stealer's Wheel (OVER)

Mr. Blonde CHÂM diêm, miệng hát:

Mr. BLONDE
Một gã hề bên trái ta
Một gã hề bên phải ta. Ta ở đây.
Bị kẹt giữa các người

Hắn DI CHUYỂN que diêm dọc theo người anh cảnh sát

… khi đó một viên đạn NỔ TUNG ở chỗ ngực của Mr. Blonde.

Lưu ý rằng mô tả chính xác âm thanh trong kịch bản không phải là chuyện bình thường. Tarantino có thể làm được điều đó. Một mối nguy hiểm đó là các nhà biên kịch mới vào nghề thường có xu hướng viết hoa tất cả những âm thanh nhỏ nhất vì thế các từ trong đoạn trần thuật của họ đều được viết hoa. Một lần nữa: Hãy suy nghĩ! Đừng có lạm dụng! khi cảm thấy nghi ngờ thì hãy bỏ qua. Cuối cùng, *đừng có bao giờ viết chữ in nghiêng.*

Nếu một kịch bản có hình thức trình bày sai, dù là kịch bản hay nhất trên đời, tôi sẽ có ấn tượng không tốt với nó ngay từ đầu, bởi vì tôi nghĩ: đây rõ là một người không chuyên nghiệp khi không dành thời gian để nghiên cứu xem bố cục trình bày như thế nào. Không nhất thiết phải bóng bảy, nhưng phải dễ đọc.

Paul Marcus
Nhà sản xuất*: Prime Suspect 2, White Boyz, Kwik Stop*

Một vài cuốn sách hay về hình thức trình bày:

Hướng dẫn hình thức trình bày cho các nhà biên kịch chuyên nghiệp ở thể loại phim truyện và truyền hình - $10 đã bao gồm phí bưu điện, có bán tại

Hiệp hội các nhà biên kịch Mỹ (phía đông); ĐT: 1-212-767 (hỏi ban lễ tân). Thông tin chi tiết ở phần "Tìm hiểu thêm".

Cole & Haag: *Hướng dẫn trọn bộ cho hình thức trình bày kịch bản chuẩn* (Phần 1 – Format phim truyện, Phần 2 – Format phim truyền hình). NXB CMC - Mỹ. Giá bán: $16.95 mỗi phần.

Các phần mềm kịch bản :

Xem Chương 22 để biết thêm chi tiết, nhưng cũng có thể thử ở các trang sau:

www.generalcoffee.com (tải miễn phí hình thức trình bày kịch bản Genie)
www.films.com.br/introi.htm
www.impactpc.freeserve.co.uk [tải miễn phí SwiFT95 - mẫu tình bày kịch bản chuẩn quốc tế cho chương trình Word 97]
www.apotheosispictures.com [format Screenforge – phí đăng ký ban đầu là $45]

…hoặc thử dùng công cụ tìm kiếm với các từ khoá như: screenplay (kịch bản), format, sample (mẫu) và software.

03
Hình thành ý tưởng

Trong chương này, các bạn sẽ học:

- Cách phát sinh ý tưởng
- Làm sao để nhận ra ý tưởng tốt nhất và lọc ra cái có nhiều "chân"
- Làm sao để thêm vào giọng văn đặc biệt của riêng bạn.

'Bạn không thể đợi nàng thơ tìm đến với mình, bạn phải lôi nàng ra.'

Ethan Hawke
Diễn viên và nhà văn

Khi tôi bắt đầu nghề viết toàn thời gian, tôi chỉ nói chuyện với hệ điều hành word. Tôi phải học cách lôi bật ý tưởng ra khỏi đầu.

Andrew Davies
Nhà Biên kịch và chuyển thể: *A very Peculiar Practise, Pride and Prejudice, Bridget Jones's diary*, etc.

Trước khi viết

Tại sao hiện nay có rất ít kịch bản hay? Đó chính là việc bạn bỏ bao nhiêu công sức
vào nó trước khi ngồi xuống viết. Đây là một công việc khó khăn về kỷ luật, nhưng
xứng đáng.

Adrian Dunbar
Đồng biên kịch : *Hear my song*

Bất cứ một nhà biên kịch nào mới vào nghề cũng đặt nhiều nỗ lực vào công việc viết lách, dồn hết sáng tạo vào trong đó rồi cảm thấy kịch bản của mình thật hoàn hảo. Nhưng cách làm này lại bỏ qua yếu tố tinh xảo. Thực tế, công việc viết lách thực sự (bản nháp cụ thể) chỉ chiếm 5% cả quá trình. Mọi sự chuẩn bị phải có từ trước đó – phát triển ý tưởng, sáng tạo nhân vật, cấu trúc, cảnh, chuỗi cảnh – nó được gọi là giai đoạn pre-writing "trước khi viết" và sẽ được trình bày cụ thể trong 9 chương tiếp theo.

Thông thường, quá trình sáng tạo kịch bản chia ra như sau:

Trước khi viết = 65%
Viết chính thức = 5%
(bản nháp cụ thể)
Viết lại = 30%

Bạn càng chuẩn bị kỹ ở phần "trước khi viết" thì càng dễ hơn trong lúc viết chính thức.

Viết kịch bản là một chuỗi nối tiếp những phần chia nhỏ: đi từ khái quát đến cụ thể. Hãy nghiên cứu hình 3.1 – đó là sơ đồ tổng quát quá trình ý tưởng được đưa ra. Đừng lo nếu có một số thuật ngữ lạ tại đây. Bạn còn phải lật ngược lại xem sơ đồ khi đi xuyên suốt cuốn sách này.

Hình 3.1 sơ đồ: quá trình viết kịch bản

Mục tiêu trở thành một nhà biên kịch

Đừng cố viết một bộ phim mà chính bạn không muốn đi xem

Paula Milne
Biên kịch : *The Politician's wife*
Die Kinder, Second Sight

Tại sao bạn muốn viết? Hầu hết các nhà biên kịch sẽ trả lời rằng: 'Tôi muốn thay đổi con người, muốn người ta cười hoặc khóc'. Bạn muốn làm điều đó như thế nào? Theo lời của giáo viên dạy viết kịch bản Michael Hauge sẽ là:

Mục tiêu đầu tiên khi là một biên kịch đó là khơi gợi ra một phản ứng xúc cảm từ khán giả

Để thôi thúc và lôi kéo người khác ngồi trước màn hình hoặc lật sang trang để xem sự kiện tiếp theo, *quyến rũ Người đọc.* Mỗi cảnh được mô tả, mỗi dòng thoại, mỗi hình ảnh được sáng tạo ra đều hướng tới mục tiêu của bạn. Hãy luôn ghi nhớ điều này. Hoà mình cùng khán giả, kể một câu chuyện thật hay, và bạn sẽ khơi gợi được phản ứng cảm xúc. Hãy cố gắng đi vào tâm trí của khán giả và nắm bắt được cách mà cảm xúc ảnh hưởng và tác động lên chúng ta.

Tôi từng nghĩ rằng bi kịch là khi diễn viên khóc. Nhưng thực tế, bi kịch là khi khán giả khóc.

Frank Capra
Biên kịch, đạo diễn: *It's a wonderful life*, vv.

B.P.F - yếu tố đam mê cháy bỏng

Tôi viết bởi vì tôi Căm thù. Rất nhiều. Nặng trĩu!

William Gass
Nhà văn

Kịch bản hay là thứ kịch bản đi thẳng vào tim ta, với những đoạn đam mê tràn đầy năng lượng từ lời văn của biên kịch, cho dù cấu trúc không được hoàn hảo - điều này có thể được sửa sau.

Paul de Vos
Biên kịch/sản xuất

Cuối cùng, nhà biên kịch cần phải viết những gì thuộc về đam mê của họ, chứ không phải viết những thứ mang tính thương mại.

David Friendly
Sản xuất : *Courage under fire, Dr. Dolittle*
My girl, The Chamber

Bất cứ khi nào nhà sản xuất hoặc biên tập kịch bản được hỏi câu "ông tìm kiếm điều gì ở kịch bản?", câu trả lời luôn là một từ: *đam mê*. Đam mê trong khi viết, ý tưởng của bạn và cách thể hiện. Dĩ nhiên họ tìm kiếm một ý tưởng gốc, sự tham gia của nhân vật và một cảm giác rằng nhà biên kịch có kiến thức về cấu trúc; kịch bản chỉ được đọc khi bản đánh máy được trình bày chuyên nghiệp và có hình thức bố cục chuẩn. Nếu cốt truyện, nhân vật và cấu trúc có hơi lộn xộn một chút, nhưng có tính đam mê quyết liệt trong bản viết – có một giọng văn xuyên suốt - họ có thể cân nhắc (và gọi bạn đến nói chuyện)

Đó chính là nơi mà giọng văn của nhà biên kịch bước vào. Sự khác biệt khi được hỏi "kịch bản của anh nói về cái gì?" và "kịch bản của anh thực sự nói về điều gì thế?", đó là những ý tưởng và suy ngẫm sâu sắc bạn muốn đem đến cho khán giả (xem Chương 4 - chủ đề). Bạn có điều này không ?

> Có ý nghĩa gì khi viết một kịch bản có cấu trúc tuyệt vời, đáp ứng đủ các nguyên tắc kỹ thuật, nhưng nhà biên kịch lại chẳng nói lên được điều gì?

Lynda La Plante

Vì thế, dù bạn có viết một tuyệt phẩm điện ảnh hay là một tập phim truyền hình, hãy viết về những điều quan trọng đối với bạn. Hãy đào sâu suy nghĩ, tiếp cận chính với vốn sống của mình, lấy ra một sự kiện quan trọng trong chính sự phát triển của bạn. Nhưng đừng có lấy một sự kiện và kể lại y hệt như nó đã xảy ra với bạn. Hãy lấy ra một ý tưởng cụ thể và phát triển nó, tạo thêm hư cấu để biến một sự thật bình thường trở nên có ý nghĩa nào đó đối với người khác – khán giả của bạn.

> Nếu bạn không có đam mê về nó, thì làm sao người khác có được? Hơn nữa, bạn cũng chẳng có một thích thú xuyên suốt được.

Paul Marcus

Lối tư duy sáng tạo

Các nhà biên kịch có lối suy nghĩ khác nhau:

(i) Quy nạp - từ cái cụ thể đi đến khái quát
(ii) Suy diễn - từ khái quát đi đến cụ thể
(iii) Logic - nguyên nhân: chuyện xảy ra trên đời như thế nào, sự việc này nối tiếp sự việc khác.
(iv) Phi logic - trùng hợp: có vẻ vô ý nghĩa nhưng chính bản thân cuộc sống cũng chứa những yếu tố trùng hợp
(v) Sáng tạo - khám phá những dường dây, mối liên hệ ngầm giữa hai thứ không liên quan đến nhau (ý tưởng/con người) mà chưa

ai từng được xem.

Lối tư duy sáng tạo dẫn bạn tới việc khám phá những đoạn thắt không ngờ trong kịch bản hoặc trong nhân vật. Ví dụ: Bạn có một người đàn ông và một phụ nữ, đang đánh nhau dữ dội trên sàn nhà, một người có một con dao. Nếu một người đâm người kia, điều đó dễ đoán; nếu tính chất của cuộc vật lộn thay đổi và họ bắt đầu làm tình cuồng nhiệt, rõ ràng bạn đã xoay sang hướng khác và đi ngược với dự đoán của khán giả.

Là một nhà biên kịch, hãy luôn đi tìm những yếu tố không thể đoán biết, những đoạn thắt không lường trước trong chính kịch bản của bạn - điều đó sẽ khiến khán giả háo hức với những điều sắp xảy ra. Cảm giác háo hức khiến khán giả ngồi dính chặt vào ghế xem đến hết phim cũng là cảm xúc khiến Người đọc thẩm định chăm chú lật hết trang này sang trang khác. William Goldman đã nói rằng bạn cần có một sự ngạc nhiên trong mỗi trang. Bạn có đồng ý không? – hay điều này khiến người ta bội thực với những ngạc nhiên và làm khán giả mất hứng thú?

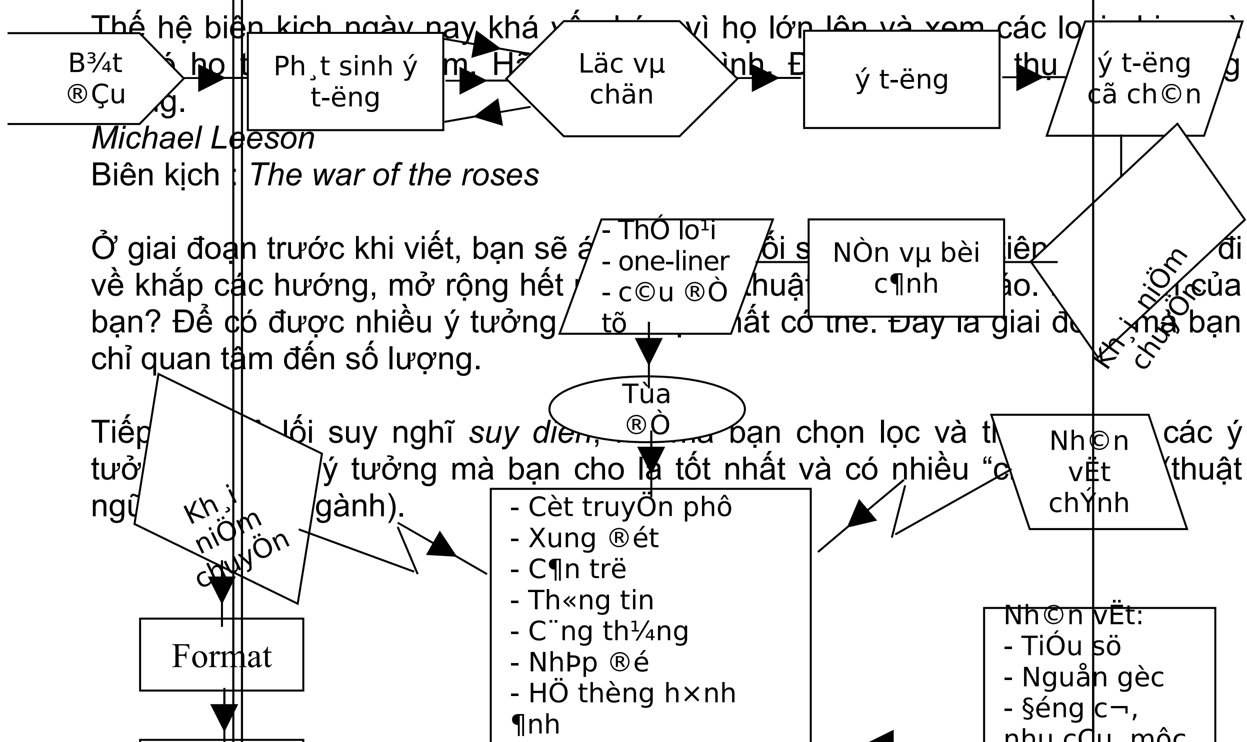
Tuy nhiên, có một điều chắc chắn rằng: ý tưởng không thể đến bằng cách ngồi đợi cảm hứng:

> Nghệ thuật của viết lách là nghệ thuật của việc mài đũng quần trên ghế.

Art Arthur
Biên kịch

Xem một vài trong số các phim (xem hết là tốt nhất): *The Sting, Maverick, House of Games, The Grifters, The others, Fight Club, The Usual Suspects*. Ghi lại những khoảnh khắc trong phim khiến bạn ngạc nhiên. Lặp lại việc này với các bộ phim khác, tốt nhất là những phim bạn chưa xem bao giờ.

Phát sinh ý tưởng

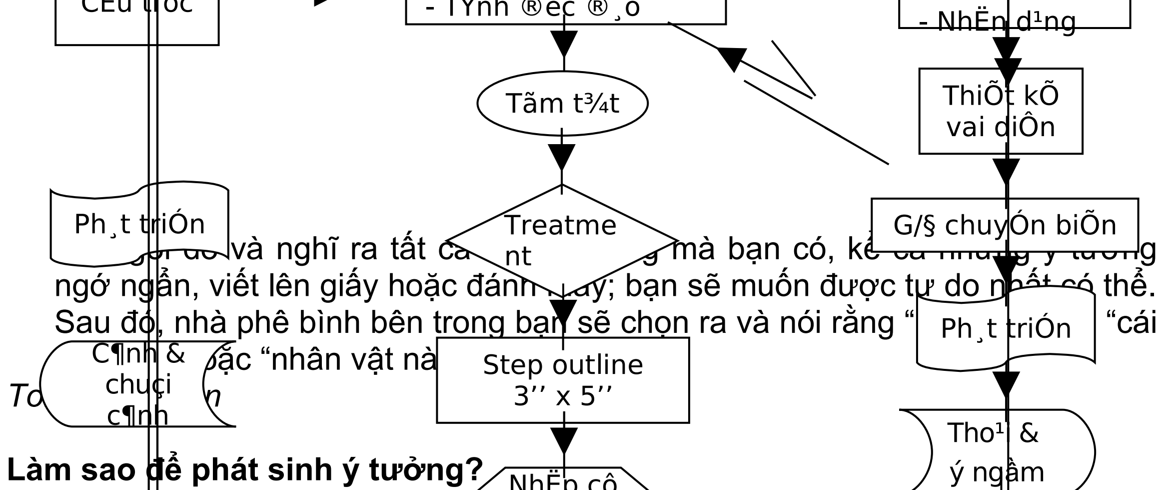


Thế hệ biên kịch ngày nay khá ... vì họ lớn lên và xem các lo... họ t... m. Hã... ình. Đ... thụ ... g.

Michael Leeson
Biên kịch : *The war of the roses*

Ở giai đoạn trước khi viết, bạn sẽ á... ối s... iên ... đi về khắp các hướng, mở rộng hết ... thuật ... ảo. ... của bạn? Để có được nhiều ý tưởng ... nhất có thể. Đây là giai đo... mà bạn chỉ quan tâm đến số lượng.

Tiếp ... lối suy nghĩ *suy diễn*, ... mà bạn chọn lọc và th... các ý tưởng ... ý tưởng mà bạn cho là tốt nhất và có nhiều "c... (thuật ngữ ... gành).



[...] và nghĩ ra tất cả [...] mà bạn có, kể cả những ý tưởng ngớ ngẩn, viết lên giấy hoặc đánh máy; bạn sẽ muốn được tự do nhất có thể. Sau đó, nhà phê bình bên trong bạn sẽ chọn ra và nói rằng "[...] "cái [...] hoặc "nhân vật nà[...]

To[...]n

Làm sao để phát sinh ý tưởng?

- Trải nghiệm cá nhân: bạn c[...]ng của riêng mình – hãy tận dụng nó đi. (Nhưng đừng viết câu chuyện của mình đúng như thực tế vốn có.) Lấy một ý tưởng từ chính trả[...]n, mở rộng theo hướng tạo ra ý nghĩa với người khác.

Tôi muốn cám ơn cha mẹ đã tạo ra tôi như con người tôi hiện nay, và Sự phân tích c[...]ến chất liệu đời tôi thành thứ bán được.
Ruby Wax

- Trải nghiệm của người khác: cũng như ở trên, hãy chọn ra một chi tiết trong cuộc sống của bạn bè, gia đình, những người bạn từng gặp; không phải chính con người họ[...]ột vài yếu tố trong trải nghiệm của họ. Thu thập lại và biến nó trở thành một tập hợp
- Vài dòng thoại/một nhân vật: luôn mang theo một cuốn sổ (và bút) để ghi lại những đoạn hội thoại nghe được, những nhân vật vô tình xuất hiện trước bạn; ghi lại trang phục, lời nói, cử chỉ, vv.
- Báo chí: lưu lại những câu chuyện tạo cảm hứng cho bạn (một nguồn béo bở - đặc biệt là cho những bộ phim truyền hình đương đại)
- Một mẫu quảng cáo/slogan/bài hát/tiêu đề báo: nếu nó tạo cảm hứng cho bạn, hãy tạo ra một câu chuyện từ chính nguồn đó.
- Hình ảnh cảm hứng: ngắm một bức ảnh hay một bức tranh. Điều gì khiến bạn ấn tượng với nó? Cảnh này có thể kể ra câu chuyện gì? Lấy một bức ảnh thú vị trên báo: tạo ra một câu chuyện (những chuyện xảy ra xung quanh và vào lúc bức ảnh được chụp); quá khứ của mỗi nhân vật? chuyện gì xảy ra sau khi bức ảnh được chụp?
- Động não: chọn một chủ đề, liệt kê những suy nghĩ tự do liên quan và những cảm xúc đến với bạn, xung đột và kết thúc không theo cấu trúc. Một kỹ thuật thường được sử dụng trong quảng cáo
- Vẽ sơ đồ: viết ra một ý tưởng chủ đạo hoặc một chủ đề ở ngay giữa trung tâm tờ giấy. Viết những ý tưởng liên quan ở trong hình bong bóng, với dòng kẻ dẫn nối chúng với ý tưởng gốc, rồi lại vẽ và viết những ý tưởng trong hình bong bóng liên quan đến những ý tưởng trước đó, cứ làm thế cho đến khi tạo ra một mạng nhện của các ý tưởng và ngôn từ.
- Viễn cảnh "điều gì xảy ra - nếu": tự hỏi bản thân 'Điều gì xảy ra nếu điều này xảy ra?'. Ví dụ: Nếu sáng mai tôi dậy và phát hiện ra rằng mình bị mù/có cánh tay dài 10 feet/biến thành một con gián/nếu trái đất sẽ bị huỷ diệt trong 24h/nếu thời gian ngưng đọng?...vv. (một phương pháp hay để

tạo ra đoạn thắt bất ngờ). Hầu hết các câu chuyện đều bắt đầu với hướng này.

- Giấc mơ: giữ một quyển sổ bên cạnh giường, ghi lại những câu chuyện và hình ảnh trong giấc mơ của mình (ví dụ: *Frankenstein* của Mary Shelley)
- Sự hình dung/tưởng tượng: chúng ta đều tưởng tượng trong các giấc mơ, mơ ban ngày và trí tưởng tượng của chính bạn. Đó là trí tưởng tượng sáng tạo có trong ý thức và bạn có thể điều khiển được nó, tiếp cận tiềm thức thông qua những kỹ thuật thả lỏng ý thức. Hãy thả lỏng hoàn toàn, thả mình vào không gia im lặng tuyệt đối, nhớ lại những địa điểm ưa thích hoặc một ai đó trong quá khứ của bạn: tận dụng tất cả những giác quan: thị giác, thính giác, vị giác, xúc giác, khứu giác, hành động, cảm xúc. Sử dụng tâm trí mình như những cảnh phim và chiếu lên bất cứ thứ gì bạn tưởng tượng ra.
- Chuyển thể: (tiểu thuyết/câu chuyện có thực, vv.) cũng như là một bài tập viết, nhưng nếu bạn nghiêm túc, thì hãy xin lấy bản quyền của tác giả trước tiên đã.
- Xào nấu: một từ khác của đạo văn. Ăn trộm của người khác – nhưng không ăn trộm một cách lộ liễu (*Resevoir Dogs* chính là sự kết hợp giữa *Asphalt Jungle, The Killing* (Kubrick, 1956) và *City on Fire* (Ringo Lam, 1988 – Hong Kong), *Clueless* là một tác phẩm làm lại của tiểu thuyết *Emma* của Jane Austen, *10 things I hate about you* là một tác phẩm lại lại của *The Taming of the Shrew*, và *She's all that* là một phiên bản hiện đại của *Pygmalion*). Thực tế, những bộ phim như *Scream* và *I know what you did last summer* lại có vẻ rất hứng thú khi xào lại những khuôn mẫu trước đó.

Trên đây chỉ là những gợi ý. Bạn cần có một cách tiếp cận tự do đối với các ý tưởng. Trong giai đoạn này, việc đạt được điều đó chưa quan trọng, nhưng làm sao để làm được điều gì thật thú vị. Hãy lưu một tệp các ý tưởng, quên nó đi. Các nhà biên kịch cần phát sinh một dòng chảy liên tục các kịch bản và bản chào. (Chuyên nghiệp nhất là làm việc cùng một lúc nhiều hơn 1 kịch bản, mỗi kịch bản ở một giai đoạn phát triển khác nhau).

> Tôi chưa bao giờ có một cái hộp để chứa các ý tưởng, những mẩu tác phẩm, những đoạn hội thoại tôi nghe được. Tôi viết vội vàng rồi quăng vào trong hộp. Mỗi khi tôi bắt đầu một kịch bản mới, tôi lại nhặt ra những mẩu giấy đó. Đột nhiên bạn có 5 mẩu và chợt nghĩ: đây chính là hồi 1 của bộ phim, nếu tôi chịu khó thêm chút ít mắm muối.

Shane Black
Biên kịch : *Lethal Weapon,*
The long kiss, Good night, AWOL

> Cứ như một miếng bọt biển, nhúng vào những mẩu thực tế cuộc sống, nhào trộn chúng với nhau và tạo ra một thứ mới mẻ.

Adrian Lyne
Đạo diễn/biên kịch *: Fatal Attraction, 9 ½ Weeks, Unfaithful, Indecent Proposal, Flash Dance.*

Sử dụng tất cả các kỹ năng ở trên, sáng tạo ra 30 ý tưởng hoặc chủ đề khác nhau. Có thể chỉ là một từ, nhưng cứ liệt kê hết ra. Nên nhớ rằng, ở giai đoạn này, đừng phê bình, nhận xét chúng vội, bạn cần số lượng. Giờ hãy bỏ danh sách sang 1 bên và đọc tiếp.

Chắt lọc và thử nghiệm ý tưởng của mình

Lúc này, bạn có thể nhận ra rằng, đối với 1 biên kịch, ý tưởng cho các câu chuyện nằm ở khắp mọi nơi và việc tìm ra chúng thì không thành vấn đề. Chọn ra câu chuyện có nhiều "chân" nhất (có tiềm năng) mới thực sự là vấn đề. Khó khăn hơn cả là việc cố để phát hiện ra câu chuyện nào bạn thực sự quan tâm, câu chuyện nào khơi gợi trong bạn nhiều cảm xúc nhất, và câu chuyện nào bạn cảm thấy mình kể sẽ hay. Bạn làm việc này bằng cách nào?

Áp dụng những điều sau cho ý tưởng chuyện của bạn:

(i) Trả lời các câu hỏi sau cho từng ý tưởng: Câu chuyện nói về ai? Điều gì? Khi nào? Ở đâu? Tại sao? Như thế nào?

(ii) Nó có "chân" không? Nó sẽ dẫn đến đâu đó chứ? Nó có kịch tính? Liệu tôi có thể thể hiện sự kịch tính trong một series các cảnh với ít lời giải thích nhất có thể? Có cốt truyện không? Liệu tôi có thể tạo ra cốt truyện cho nó?

(iii) Điều gì là hiểm hoạ? Nó phải là một cái gì đó sống động và cụ thể, là một biên kịch, tôi cho rằng câu chuyện không chỉ là các nhân vật tham gia vào đó.

(iv) Tìm kiếm những điều bất ngờ, tính nguyên bản, độc đáo trong ý tưởng và trong nhân vật của bạn. Luôn tìm sự ngạc nhiên.

(v) Liệu câu chuyện tôi kể có phải là điều tôi thực sự quan tâm? Liệu tôi có thể rút ra từ chính cảm xúc và trải nghiệm của mình, rồi áp dụng vào các ý tưởng? Liệu đó có phải là điều mà tôi chỉ hiểu một phần, hay nó cần phải thật cụ thể? Liệu nó có phải là điều mà tôi biết mình nên quan tâm (chiến tranh/ung thư/nạn đói) nhưng thực lòng thì không?

(vi) Liệu nó có phải là chuyện quá riêng tư, mang tính cá nhân mà những người khác khó có thể hoà mình vào hoặc bị tác động bởi nó? Liệu ý tưởng đó có cần được quan tâm, được thực hiện đến cùng để khiến nó trở nên có ý nghĩa với ai đó?

(vii) Hãy chơi trò Thầy cãi của quỷ: hãy nghĩ đến tất cả những gì bạn không đồng tình về ý tưởng này: sự yếu đuối, lý do tại sao bạn không nên theo đuổi nó xa hơn, vv.

Mẹo nhỏ: Nếu ý tưởng của bạn vô tình chính là kịch bản truyền hình về những người làm việc trong ngành truyền hình hoặc một kịch bản phim truyện về những người làm phim, lời khuyên của tôi là: hãy bỏ nó đi! Các nhà sản xuất ghét việc lấy ngành này ra làm trò cười. Tuy nhiên cũng có những bộ phim như thế vẫn được làm (ví dụ: *The player, Swimming with Sharks, Ivansxtc, Full Frontal, Bowfinger, S1mone, Get shorty, Adapation*) bởi những nhà làm phim đã có tên tuổi.

- Giờ thì bạn đã có danh sách 30 ý tưởng, đảo qua từng ý tưởng với các câu hỏi bên trên và chọn ra những ý tưởng triển vọng nhất, có nhiều "chân" nhất (sử dụng chính cảm nhận/phản ứng của bạn để chọn ra). Bỏ những ý tưởng còn lại sang một bên.
- Lấy ra 2-3 từ/ý tưởng không liên quan từ danh sách bạn vừa lọc ra, đặt chúng cạnh nhau. Tìm ra những đường dây liên hệ giữa chúng. Rồi viết một câu cho mỗi nhóm của những ý tưởng có liên hệ với nhau.
- Từ mỗi ý tưởng mà bạn đã chọn, phát triển ra 1 câu chuyện với ba phần: mở, thân, kết. (Chỉ dùng 1-2 câu cho mỗi phần). Điều này có thể không áp dụng được với tất cả các ý tưởng, bỏ qua những thứ bạn thấy không thuyết phục.
- Với những ý tưởng còn lại, mở rộng phác thảo thêm nữa, bao gồm những cảnh chính (một vài câu cho mỗi cảnh) rồi chia thành từng phần: mở, thân, kết.

Sau khi làm xong, nếu bạn cảm thấy đủ tự tin với ý tưởng của mình, có lẽ ý tưởng này đã đủ thuyết phục để có thể đi tiếp…

04
Phát triển ý tưởng: từ ý tưởng đến cốt truyện

Trong chương này các bạn sẽ học:

- Cách lọc ra và tập trung vào các ý tưởng và nhân vật
- Bắt đầu đưa chúng vào khuôn khổ 3 hồi: mở - thân - kết…theo chiều sâu
- Nghĩ tựa đề cho dự án của bạn
- Kiểm tra bố cục của dự án
- Cốt truyện phụ có tác dụng thế nào?

Các bộ phim thực ra là những câu chuyện: nó được kể có hay không? có thú vị không? Nếu không làm được như thế, thì tất cả những gì liên quan đến nó dù có tài giỏi đến mấy cũng vô nghĩa.

William Goldman

Một vài định nghĩa

Câu chuyện: một loạt những sự kiện hình thành nên kịch bản theo *trình tự thời gian*

Cốt truyện: Cách kể chuyện có hiệu quả kịch tính và thú vị.

Đây là hai thuật ngữ được sử dụng xuyên suốt cuốn sách.

Biến ý tưởng thành rõ ràng

Sau khi đã quyết định được câu chuyện muốn kể, bạn nên bắt đầu đi từ khái quát và cụ thể, tự hỏi bản thân tất cả các câu hỏi liên quan đến ý tưởng của mình sau đó phân tích và chọn ra những gì hay nhất từ chính câu chuyện của mình. Các câu hỏi được đề cập đến trong chương này là:

- Tại sao mình muốn viết kịch bản này?
- Ai sẽ là đối tượng muốn xem nó?
- Chuyện kể về cái gì?
- Kể về ai?
- Tại sao lại tập trung vào nhân vật này mà không phải các nhân vật khác?
- Tầm quan trọng của bối cảnh và nền? Liệu khán giả có cần thông tin đặc biệt gì để hiểu tòan bộ câu chuyện?
- Mình muốn khán giả cảm thấy thế nào trong khi đang xem phim và sau khi xem xong?

Bạn có thể thấy rằng mình đã có sẵn background (nền tảng câu chuyện), nhưng bạn cũng cần một cốt truyện. Thường thì bạn sẽ có một ý tưởng, nhưng như thế chưa đủ cho đến khi bạn có 2 ý tưởng - một là về nhân vật, một là về tình huống – sau đó bạn có thể tạo ra một câu chuyện. Bạn cũng cần có một kết thúc.

Hãy thể hiện câu chuyện của bạn theo mẫu sau:

Đây là một câu chuyện về (NHÂN VẬT) người muốn (LÀM GÌ ĐÓ) và kết thúc với (THÀNH CÔNG/THẤT BẠI/THAY ĐỔI)

Đây chính là *khái niệm chuyện.*

Nên nhớ rằng, đây là hình ảnh vì thế những "gì đó" phải là những hành động cụ thể và là những khát vọng có thể nhìn thấy trên màn hình – chúng hình thành nên những hành động cho câu chuyện của bạn. Thể hiện khái niêm chuyện sẽ giúp bạn có được sự rõ ràng trong từng nhân vật và hành động của chuyện phim.

Thành công của những bộ phim độc lập là vì người ta thích câu chuyện. Chính câu chuyện là ngôi sao.

Roger Simon
Biên kịch*: Bustin' Loose,*
Scene from a mall.

Làm sao để chọn ra câu chuyện chính?

Trả lời thật lòng

Điều gì khiến bạn xúc động nhất?

Đi tìm phần kết

Làm sao bạn biết rằng mình đã có một câu chuyện hay? Rất nhiều nhà biên kịch sẽ trả lời rằng "Sẽ không thể biết được cho đến khi đi đến đoạn kết". Hãy đảm bảo rằng bạn có một cái kết. Thể loại câu chuyện mà bạn muốn kể có thể gợi ý những manh mối cần thiết. Luôn nhớ đến khái niệm chuyện.

Liệu đoạn kết đã đủ kịch tính với một màn cao trào đủ hoành tráng? Liệu nó đã là cao trào chưa? Câu chuyện với một phần kết mạnh nhất/cao trào lớn nhất sẽ cho bạn thấy rằng nó là câu chuyện chính cần kể.

Tự hỏi bản thân: cốt lõi độc đáo câu chuyện của tôi?

Luôn ghi nhớ câu hỏi này trong suốt quá trình viết và giai đoạn viết lại. Tính độc đáo nguyên bản không chỉ là một yếu tố, nó là sự hòa trộn của nhiều yếu tố.

Kiểm tra cấu trúc kịch tính

Không chỉ là toàn bộ cấu trúc 3 hồi (xem chương 7), mà cả những chi tiết nhỏ hơn của 3 hồi, nằm ở lớp bên trong (diễn xuất, cốt truyện phụ, vv.); cái gì gây kịch tính nhất? Thứ mạnh nhất sẽ nhảy vọt ra ngoài và nói cho bạn biết rằng "đây là câu chuyện chính".

Ngạc nhiên

Đó là gì vậy? Ở đâu ra? Luôn đi tìm những gì bất ngờ, những nút thắt, xoáy trong câu chuyện khiến cho khán giả tò mò hỏi "chuyện gì sẽ xảy ra tiếp theo?"

Kể một câu chuyện hay chẳng dễ chút nào. Một công việc nhọc nhằn, vắt kiệt trí óc để tạo ra một câu chuyện hấp dẫn với đủ nút thắt và biến thành một cuộc hành trình

Chris Carter

Biên kịch*: The X-files, Millenium,*
Midnight caller

'Viết ngược'

Các kịch bản thường được viết ngược. Điểm đáng quan tâm nhất của cả người viết kịch bản và khán giả đó là đoạn cao trào cuối hồi 3. Sau khi đã quyết định xong về đoạn cao trào cuối phim – cái đích bạn cần đạt tới - bạn đi ngược trở lại và đảm bảo có được mọi thứ trong cốt truyện - những đoạn cao trào khác, giật lùi, đưa ra quyết định, vv. - tập trung 100% hướng đến các cảnh và khỏanh khắc. Tuy nhiên, đừng quá bối rối nếu chưa tìm được ra cái kết – cái kết tự nó sẽ đến. Nên nhớ rằng, khi đang trong quá trình quay phim, các nhà làm phim *Casablanca* thậm chí vẫn chưa tìm ra cái kết cho nó.

Tự hỏi bản thân câu này: tôi có tin vào câu chuyện của mình không? Nếu có, thì hãy tiếp tục…

Chỉ có 8 kiểu chuyện cơ bản

Bạn nghĩ có bao nhiêu câu chuyện được kể trên màn hình? Hàng ngàn? Hay nhiều hơn nữa? Thực tế câu trả lời chỉ là 8. Tất cả sẽ được liệt kê ở bên dưới đây cùng với ví dụ. Bạn có thể kể thêm ví dụ được không?

1. ACHILLES
   Một điểm yếu /khuyết điểm mang tính sống còn đã dẫn tới sự suy sụp của một cá nhân mà trước đó rất hòan hảo (*Samson and Delilah, Othello, Superman, Fatal Attraction* và loại film noir). Đây chính là cơ sở cho các bộ phim tội phạm hình sự - điểm yếu /khuyết điểm không nằm ở phía người anh hùng, mà ở phía kẻ xấu (*Columbo, CSI – Crime Scene Investigation, Murder She wrote, Inspector Morse*.)
2. CANDIDE
   Một con người tài năng, ngây thơ, trong sáng, rất lạc quan; một người anh hùng (người tốt) không để bị khuất phục (*Chariots of Fire, Forrest Gump, Indiana Jones* và series phim *James Bond*, *Mr. Bean, Billy Elliot, Erin Brockovich, Amélie, A Beautiful mind*).
3. CINDERELLA
   Ước mơ thành hiện thực; một phẩm chất đạo đức lu mờ cuối cùng cũng được công nhận; đạt được ánh hào quang rực rỡ sau một thời gian bị coi rẻ; phần thưởng sau một quá trình chuyển biến (*Pretty Woman, Rocky, Strictly Ballroom, Star Wars, My big fat greek wedding, shrek, Erin Brockovich*)
4. CIRCE
   Cuộc đuổi bắt: con nhện và con ruồi; kẻ vô tội và nạn nhân; thường là một phụ nữ quyến rũ gài bẫy một gã đa tình (*God Father I, Othello, Double Indemnity, Body Heat, 9 ½ weeks, film noir, Amélie, Insomnia, Dangerous Liaisons*).
5. FAUST
   Bán linh hồn mình cho quỷ dữ có thể kiếm được phần thưởng, nhưng cuối cùng phải trả một cái giá rất đắt; món nợ dài hạn; một bí mật bị chôn vùi đeo đẳng chúng ta và sớm hay muộn cũng bắt kịp và hãm hại ta; Số phận không thể trốn thoát (*Wall Street, The Seventh Seal, The skulls,*

Boiler room, Devil's Advocate, Traffic, The red shoes, các phim kinh dị và thể loại phim mì ăn liền phương tây – trong nguyên bản dùng chữ spaghetti western - thể loai phim hạng B sản xuất tại Ý thinh hành trong những năm 60 và đầu những năm 70 – chú thích của biên tập)

6. ORPHEUS
   Một món quà bị mất đi, một sự mất mát riêng tư nào đó. Hoặc là bi kịch về sự mất mát đó, hoặc là hành trình tìm kiếm sau khi mất mát (*Dr. Zhivago, Rain Man, Signs, Jason and the Argonauts*).
7. ROMEO AND JULIET
   Anh chàng gặp cô nàng, chàng mất nàng, không quan trọng việc chàng đi tìm hay không đi tìm nàng. (*West side story, When Harry Met Sally, The Graduate, Sleepless in Seattle, Notting Hill, Titanic, Shakespear in Love*).
8. TRISTAN
   Tình tay ba; chàng yêu nàng, nhưng không may một trong hai người hoặc cả hai đều đã đính ước (*Fatal Attraction, The Graduate, Jules et Jim, Pennies From Heaven, Remains of the day, Dangerous Liaisons*).

Mỗi loại chuyện trên đều có một nguồn gốc. Hãy nghiên cứu những câu chuyện gốc và các chuyện thần thoại và đọc chúng. Điều gì khiến chúng đặc biệt đến mức ngày nay chúng ta vẫn sử dụng chúng làm khung sườn cho những kịch bản phim?

Có 8 kiểu chuyện cơ bản được thể hiện dưới nhiều hình thức khác nhau – bi kịch, hài kịch, lịch sử, trinh thám, truyền hình dài tập, vv. và có thể pha trộn, đan xen nhưng về cơ bản vẫn là những câu chuyện và cốt truyện như trên.

Tôi vừa trình bày 8 thể loại chuyện chính ở trên không có nghĩa rằng nó là mức chuẩn không thể thay đổi, có người nói có ít loại chuyện hơn. Biên kịch Lorenzo Semple Jr. cho rằng chỉ có hai loại chuyện cơ bản: Cá trên cạn và Cặp đôi kỳ cục. Thày dạy biên kịch Michael Hauge cho rằng bạn sẽ rút ra được một loại từ tất cả các câu chuyện: David và Goliath – châu chấu đá voi.

Câu chuyện phổ biến nhất là *Romeo và Juliet*. Tại sao bạn nghĩ vậy? Hãy tìm ra 5 bộ phim theo đúng kiểu Romeo và Juliet. Sau đó tìm ra 5 bộ phim khác trong đó motif Romeo và Juliet xuất hiện với tư cách thứ yếu trong phim.

Hãy liệt kê nhiều nhất có thể các phim có sự kết hợp những thể loại sau: Achilles + Cinderella, Faust + Orpheus, Circe + Tristan, Candice + Romeo và Juliet.

Bạn có thể thấy rằng câu chuyện của chính bạn rơi vào một trong các loại trên (hi vọng là nhiều hơn một). Không có gì là tệ cả: khán giả và hội đồng xét duyệt muốn một thứ gì đó mới mẻ và khác biệt, nhưng cũng phải quen

thuộc (được gọi là "khu vực an tâm"). Nguy hiểm là ở chỗ bạn bám sát vào một thể loại quá điển hình (mạo hiểm với sự hiển nhiên và nhàm chán). Hãy tìm ra cách kể mới: kết hợp, xào xáo, chuyển thể, mở rộng.

Hãy cho câu chuyện của bạn lướt qua 1 hoặc vài loại trong số 8 thể loại kể trên. Bạn có thể khiến nó hay hơn khi thêm một số yếu tố từ 1-8? Bạn có thể tăng mâu thuẫn/giật lùi (Set-backs)/yêu đương/pha trộn nhân vật, vv.? Bạn càng thêm nhiều yếu tố, bạn càng thấy câu chuyện của mình độc đáo – và ít giống những gì bạn từng xem.

Hãy nhớ rằng bạn đang tìm cách để tạo kịch tính và cảm xúc tối đa cho kịch bản của mình. Một khi bạn đã quyết định được câu chuyện của bạn sẽ rơi vào phạm vi nào và điều gì thu hút bạn, bước tiếp theo là đưa nó vào một thể loại.

Thể loại

Ở Mỹ, trước khi làm một bộ phim, người ta thường hỏi bạn: "Cái đĩa của phim này sẽ được đặt ở kệ nào?"

Anthony Minghella
Biên kịch/Đạo diễn*: The English patient,*
The Talented Mr. Ripley, Cold mountain.

Tất cả những gì ta viết đều nằm trong thể loại này hoặc thể loại khác, hoặc là sự kết hợp của nhiều thể loại. Thể loại chính là loại câu chuyện: một phong cách truyền thống mà câu chuyện của bạn được dựng lên dựa trên cơ sở của những bộ phim/vở kịch được làm từ trước đó. Không chỉ đơn giản là một bi kịch, hài kịch hoặc sự kiện lịch sử, nó phải tập trung vào nhiều hơn nữa. Sau đây là những thể loại truyền thống:

Lãng mạn

Hai người yêu nhau, vượt qua vô vàn khó khăn để cùng chiến thắng ở đoạn kết (*Romeo and Juliet, Titanic, War of the roses, The Mask*.) Trong phim *When Harry met Sally,* lực cản lại là chính bản thân họ; họ đều tin rằng bạn bè không thể trở thành người yêu. Trong *My Big Fat Greek Wedding*, lực cản chính là hình ảnh của bản thân và sự khác biệt văn hóa.

Hài

Một câu chuyện hài hước trong đó không có ai bị tổn thương (*Airplane, Ruthless people, Throw Mama from the train, Notting Hill*.)

Đồng hành

Hai nhân vật hoàn toàn đối lập (ghét nhau) bị buộc phải làm việc cùng nhau. Cuối cùng, sự đối lập bị chuyển hóa, họ trở thành bạn thân. (*Lethal Weapon, Midnight Run, Training day, Strictly Ballroom*).

Trinh thám/hình sự giật gân

Vụ điều tra một tội ác và những tên tội phạm: tội ác không trả giá (*Philip Marlowe, Dirty Harry, Columbo, Poirot*).

Film noir

U ám và chết chóc. Một người đàn ông sống một cuộc đời lạc quan/chua chát gặp một phụ nữ xinh đẹp mà anh ta hoàn toàn bị khuất phục. Có lúc anh ta phải đi lừa dối, có lúc lại chủ tâm giết một người đàn ông khác (*The Maltese Falcon, Double Indemnity, Fight Club, Basic Instinct, Body Heat, Devil in a blue dress, Seven*).

Những thể loại khác là: Miền tây, khoa học viễn tưởng, gangster, tình cảm lãng mạn, phiêu lưu – hành động, ly kỳ - rùng rợn, bí ẩn, kinh dị, tiểu sử, lịch sử lãng mạn, âm nhạc, hành trình, võ thuật, tín ngưỡng, hài thô tục, thế hệ X, tài liệu. Bạn có nghĩ ra được thêm loại nào khác không?

Hãy tìm ba bộ phim thuộc mỗi thể loại. Bạn có thể nêu ra những đặc điểm quen thuộc trong 3 câu?

Cũng có thể pha trộn các thể loại với nhau, ví dụ: tương lai/hành động/phiêu lưu (*Spider-man*), viễn tưởng/noir (*Blade Runner*), Kinh dị/noir (*Angel heart*), Teen/horror (*Scream, I know what you did last summer*), Hài/miền tây (*Blazing saddles),* Lãng mạn/hài (*Four wedding and a funeral*), Lãng mạn/Hài/Miền tây (*Maverick)*, Thành thị/Miền tây (*Once upon a time in America, Gangs of New York, The fast and the furious*), Hình sự/Noir/Hài (*dead men don't wear plaid*), Tội phạm/Hài (*Ocean's eleven, Italian Job*), Bollywood/Hollywood (*The Guru*), Hành động/Ly kỳ/Giật gân (*xXx, Speed*), Võ thuật/Hollywood (*Crounching Tiger Hidden Fragon, The matrix*), Viễn tưởng/Hành động/Hài (*Men in black, Mars Attacks!)* vv.

Bạn có nghĩ ra thêm được những thể loại pha trộn khác? Hãy liệt kê 3 bộ phim khác với mỗi loại kể trên.

Tuy nhiên, cách duy nhất để thực sự hiểu được ý niệm về thể loại là xem thật nhiều phim truyện hoặc phim truyền hình làm theo phong cách riêng. Hãy chú ý nếu lần sau bạn có xem một thứ gì đó, bởi vì thể loại phim "định hình" những mong đợi của khán giả.

Hãy nhìn ý tưởng của mình đối chiếu theo thể loại: khi đó có thể sẽ giúp bạn quyết định loại cốt truyện nào, nhân vân và chủ đề bạn đang xử lý. Có thể sẽ giúp bạn có được gợi ý cho phần kết của chuyện. Được chứ nhỉ?

Đừng có cho rằng các thể loại là rào cản hạn chế bạn. Hãy suy nghĩ một cách sáng tạo, vượt ra khỏi trí tưởng tượng quen thuộc để đi đến một giải pháp căn bản và độc đáo duy nhất.

> Khi làm một dự án, tôi cố gắng và nghĩ “bộ phim hay nhất thuộc thể loại này và khoảnh khắc đáng nhớ nhất” và cố gắng hướng về nó. Với phim *Misery*, tôi luôn nghĩ đến *Psycho* trong đầu, với *Butch Cassidy*, nó thực sự là một bộ phim Miền tây tuyệt vời như *Shane.*

William Goldman

Câu chuyện của ai?

Nếu một sự kiện xảy ra – ví dụ, một vụ đâm xe, cướp nhà băng, 11 tháng 9 năm 2001, - mỗi một nhân chứng, người tham gia lại có một cái nhìn khác nhau về sự việc. Góc nhìn của họ (P.O.V.) chính là câu chuyện của họ. Vì thế, quyết định xem ai là người kể chuyện, chúng ta đang nhìn sự việc được nhìn nhận qua đôi mắt của ai, câu chuyện chính, câu chuyện phụ (cốt truyện phụ) và cả quá trình bắt đầu được làm sáng tỏ.

Cấu trúc 3 hồi: giới thiệu

Trong chương 7, chúng ta sẽ nghiên cứu chi tiết cấu trúc kịch bản 3 hồi , tại giai đoạn này, chúng ta chỉ bắt đầu xây dựng từ cơ bản. Người ta gọi đây là cấu trúc Hollywood kinh điển, nhưng nguồn gốc của nó bắt đầu từ Aristotle, và thực tế thì nó giúp hình thành nền tảng của hầu hết những cấu trúc hay.

Hồi 1: Thiết lập thế giới. Tạo (các) nhân vật chính
Bối cảnh, hòan cảnh, mâu thuẫn và mục tiêu.
Nhân vật chính bắt đầu hành trình để đạt được mục
tiêu.

Hồi 2: Phát triển Phát triển câu chuyện chính; tạo ra và phát triển các
lực
cản trên đường đến mục tiêu; phát triển nhân vật
chính và
các nhân vật khác; thêm độ sâu và ý nghĩa cho khái niệm chuyện.

Hồi 3: Kết thúc & hạ màn Chứa phần Cao trào và Cách giải quyết: cao trào
chính
xảy ra, mục tiêu đạt được, nhiệm vụ hoàn thành; tất
cả mối
quan hệ của nhân vật và cốt truyện phụ được giải
quyết và
cuối cùng khán giả thở phào, cảm giác thỏa mãn ở
đoạn kết.

Trong một kịch bản phim truyện, độ dài của 3 hồi được phân bổ như sau:

Hải 1	Hải 2	Hải 3
1/4	½	1/4

mỗi Hồi kết thúc ở một cao trào và cái sau lớn hơn cái trước, cho đến khi chúng ta đi đến cao trào lớn nhất ở đoạn cuối hồi 3. Hãy làm quen với việc đó. Liệu bạn có thể bắt đầu câu chuyện của mình theo hướng này?

One-liner

Hãy kể lại câu chuyện của bạn chỉ trong 1 câu và dài không quá 25 từ. Trong câu đó, tập trung vào ý chính của chuyện. Hãy liên hệ với khái niệm chuyện, sẽ có ích đấy.

One-liner không chỉ giúp bạn tập trung vào câu chuyện của mình mà còn có thể dùng như là lời chào hàng của bạn (Chương 19) khi bạn đem bán kịch bản cho ai đó. Đơn giản, hãy đặt một câu có thể khiến tôi muốn đi xem bộ phim này và cô đọng khái niệm chuyện hấp dẫn khán giả. Ví dụ:

Câu chuyện về một người nông dân Iowa bình thường dám chống lại mọi khó khăn, tìm thấy can đảm để tin vào giấc mơ của chính mình (*Field of dreams*)

3 gã đàn ông đi tìm một khoản kếch xù bị thất lạc trong một căn biệt thự rộng lớn, tại đây một phụ nữ đang ẩn náu trong một căn phòng (*Panic room*)

Odysse – trong không gian (*Star trek*)

Hamlet dưới lớp lông thú (*Lion King*)

Khi một cảnh sát giúp điều tra một vụ án ở Alaska, anh ta đã vô tình giết chết đồng nghiệp của mình, anh ta bị chính tên sát nhân mà mình đang điều tra hăm dọa tống tiền (*Insomnia*)

Một quán ăn Ý do hai anh em điều hành sắp đóng cửa, một đêm họ đã quyết định chơi một canh bạc lớn để cứu vớt công việc kinh doanh (*Big Night*)

Trong tương lai, những tên tội phạm sẽ bị bắt trước khi chúng ra tay, nhưng một thành viên của Đội đặc vụ đã bị buộc tội và phải vùng ra để chứng minh mình vô tội (*Minority Report*).

Bambi trên thảo nguyên (*Spirit, Stallion of the Cimarron*)

Một cô nàng đào mỏ quyết tâm cưới một luật sư Beverly Hill quyến rũ với mục đích trả thù anh ta bằng một vụ ly hôn (*Intolerable Cruelty*)

Romeo and Juliet – trên tàu Titanic (*Titanic*)

Một gã đàn ông nhàm chán bị buộc phải sống cuộc đời buồn tẻ từ ngày này sang ngày khác mà không thể thóat ra được; liệu anh ta có thể tìm thấy lối ra – và thấy tình yêu? (*Groundhog Day*)

Điều này tương tự như Hollywood của thập niên 80 gọi là Khái Niệm Lớn Lao - thứ khái niệm đơn giản và cô đọng giúp bán được phim và khiến nhà sản xuất hình dung được tờ poster sẽ ra sao, ví dụ:

Alien = Hàm cá mập ngoài không gian.
Top Gun = Rocky trên máy bay

Khái niệm lớn lao nghĩa là tôi có thể cầm nắm được bộ phim trong lòng bàn tay mình,
cực kỳ đơn giản dễ hiểu.
Steven Speilberg

Khi được hỏi câu : "Chuyện phim nói về cái gì thế?", one-liner chính là câu trả lời! Hãy vào việc thôi!

Nghĩ ra một câu one-liner thì dễ, nghĩ ra một one-liner thật hay mới khó.

Julian Krainin
Head, Krainin Prods
Website hữu ích:
www.imdb.com [Internet Movie Database: one-liners, taglines...]
www.rinkworks.com/movieaminute

Câu đề từ (taglines)

Hãy nghĩ ra vài câu taglines cho dự án của bạn. Đó là những câu ngắn gọn, súc tích mà bạn thường thấy trên poster, nó thể hiện một cung bậc cảm xúc, về nội dung bộ phim hoặc là chút mô tả quảng cáo trên các tờ tạp chí truyền hình hàng tuần (một câu chuyện thú vị của một gia đình, phức tạp và kịch tính). Chúng cũng được sử dụng nhiều trong trailer phim, thường là ở ngay phần mở đầu để thu hút bạn. Mục đích duy nhất của chúng là để *hấp dẫn khán giả*. Chúng tạo ra những sự mong đợi trong lòng các nhà sản xuất, những người đại diện, khán giả. Mặc dù các câu taglines (còn được gọi là logline và strapline) sẽ không bước vào vở kịch cho đến màn cuối cho đến khi bạn thu xếp tài liệu để gửi đi bán, nhưng hãy viết chúng vào lúc này sẽ giúp bạn tập trung vào dự án của mình và làm rõ tư tưởng xuyên suốt của nó (đột phá và nhất quán)

Taglines bao gồm 2 yếu tố chính:

- Quy tắc con số 3

- Sự đối lập: bắt đầu với một mô tả chân thực, sau đó đưa trí tưởng tượng vào cuộc hành trình

2 yếu tố trên được minh họa qua các ví dụ sau:

‘Cô ấy khiến một thị trấn đứng dậy trên đôi chân của mình
và một công ty lớn phải chịu quỳ gối’
Erin Brockovich (2000)

(i) 3 Sòng bạc, 11 gã đàn ông. 150 triệu đôla.
Bạn sẽ sẵn sàng thắng đậm?
(ii) Bạn có chơi hay không?
Ocean’s Eleven (2002)

‘Anh ta là một thứ vũ khí hoàn hảo – cho đến khi anh ta trở thành mục tiêu bị săn đuổi’
The Bourne’s Identity (2002)

‘Danh sách đó là tính mạng. Con người đó là có thực. Câu chuyện này là có thật.’
Schindler’s List (1994)

‘Đây là Benjamin... Anh ta đang hơi lo lắng về tương lai của mình.’
The Graduate (1967)

(i) ‘Tương lai có thể được nhìn thấy
Tội ác sẽ bị trừng phạt
Trước khi tội ác được thực hiện
.... cho đến khi nó săn đuổi Bạn.’
(ii) ‘Bạn sẽ làm gì nếu bị buộc tội giết người khi mà bạn... chưa hề ra tay?’
Minority Report (2002)

‘Trong nhiều năm trời, các dấu hiệu vẫn xuất hiện –
bí mật của chúng sẽ lộ diện...sớm thôi’
Signs (2002)

‘Vở hài kịch về một chuyện tình đẹp nhất gần như chưa bao giờ được kể’
Shakespear in love (1998)

‘Việc chúng ta làm trong cuộc sống sẽ vang vọng vĩnh viễn’
Gladiator (2000)

‘Có người nói rằng “Hãy sống cho đáng sống!” – và họ đã làm thế’
Thelma and Louise (1991)

‘Câu chuyện có thực về một vụ lừa đảo có thực’

Catch me if you can (2003)

Dưới đây là một vài phim khác (có kèm năm phát hành). Bạn có thể đoán ra tên phim từ những câu taglines? (Đáp án có trong phần "tìm hiểu thêm")

1. 'Năm tên tội phạm. Xếp thành một hàng. Không có sự trùng hợp nào' (1995)
2. 'Căn phòng đó được coi là an toàn nhất trong ngôi nhà' (2002)
3. 'Mỗi gia đình đều có một số mệnh. Mỗi đứa con đều nắm giữ tương lai của gia đình. Mọi người cha đều là anh hùng của con trai' (2002)
4. 'Trong tay họ, một cỗ bài là thứ duy nhất nguy hiểm hơn khẩu súng' (1994)
5. 'Nước Mỹ được sinh ra trên đường phố' (2002)
6. 'Bạn sẵn sàng tiến xa tới đâu để biến thành một kẻ khác?' (1996)

Giờ thì hãy tự nghĩ vài taglines cho dự án của bạn. Trong khi suy nghĩ, hãy luôn tự hỏi bản thân:

- Liệu nó có đánh trúng tâm điểm cảm xúc của câu chuyện?
- Nó nói cho ta biết điều gì (như một người quan sát khách quan) về câu chuyện của ta?

Lưu ý: Đừng có nghĩ rằng câu tagline bạn nghĩ lúc này sẽ là câu tagline bạn sáng tác về sau

Những trang web hay về taglines:
http://homepages.ihug.co.nz/~cbeecher
www.imdb.com

Chủ đề

Thời còn trẻ, tôi viết rất nhiều rồi tôi chợt phát hiện ra rằng: tôi có một thôi thúc lớn lao muốn giao tiếp, nhưng tôi chẳng biết nói gì

Bruce Joel Rubin
Biên kịch*: Ghost, My life, Stuart Little 2, Deep Impact*

Tôi không thể không nhấn mạnh nhiều lần câu sau: chủ đề là thành phần cốt yếu nhất của một kịch bản. Khi bàn luận kịch bản của bạn với một chuyên gia trong ngành, luôn có hai câu hỏi đưa ra: "Chuyện nói về cái gì thế?" (One liner) và tiếp sau là: "Thực sự thì nó nói về cái gì?" – Đây chính lúc mà chủ đề bước vào.

Chủ đề là lời tuyên bố bao quát nhất về con người mà bạn, với tư cách là nhà biên kịch, muốn nêu ra; những ý tưởng và ngôn từ bạn muốn khán giả sẽ mang theo cùng với họ đến cuối phim để giúp họ thấy vui vẻ hơn, hạnh phúc hơn. Chủ đề đáp ứng theo khán giả đồng thời cũng để trả lời câu hỏi: "tại sao tôi muốn viết kịch bản này?"

Chủ đề liên quan đến cấu trúc tưởng tượng và Yếu tố Đam mê Cháy bỏng của bạn, nó đem đến cho bạn chiều sâu cảm xúc của kịch bản. Nó không chỉ là một tuyên ngôn trong thoại. Nó là hiện thân, sự liên hệ mật thiết đối với sự phát triển và trưởng thành của nhân vật chính; nó đúc rút ra từ sự kết hợp thành công của tất cả các yếu tố trong một kịch bản – nó tổng hợp từ toàn bộ kịch bản và nói lên điều hợp lý. Thực tế, chủ đề, cũng giống như cốt truyện, nghe thì có vẻ ngớ ngẩn và nông cạn khi diễn đạt nó trong một vài câu.

Đối với một khán giả, cảm nhận về chủ đề luôn mang tính chủ quan: *Tootsie* có thể là chuyện về một người đàn ông phải ăn mặc như đàn bà để kiếm được việc làm. Theo như đạo diễn phim, Sidney Pollack, đó là 'sự khám phá về tình yêu có tình bạn làm nền tảng và liệu cả hai có thể cùng tồn tại' (so sánh với *When Harry met Sally*). Đối với Michael Hauge, chủ đề là: 'để có một mối quan hệ thành công, chúng ta phải thành thật - với chính bản thân mình và với người khác' (so sánh với *Groundhog Day & The mask*)

Chủ đề của *Shrek* lại như thế này: ấn tượng ban đầu không phải là tất cả; có một điều gì đó tuyệt vời – bỏ qua những thứ xù xì, xấu xí - về con người của chúng ta và nếu bạn thể hiện con người thật của mình, mọi người sẽ biết ta và yêu ta và thấy được sức mạnh ở bên trong ta. *Billy Elliot* đề cao việc theo đuổi ước mơ cá nhân và trên con đường của bạn (bức thư của Billy nhận từ mẹ nói lên điều này: Hãy luôn là chính mình!). Câu chuyện của một bộ phim Úc – *Lantana* có thể xoay quanh một vụ án, nhưng chủ đề nói lên vô vàn vụ án trong tim - rối rắm như chính rễ cây Lantana.

Chủ đề rõ ràng của phim *A beautiful mind* có thể là về vấn đề đối mặt với việc học hành và những kẻ xấu khác, nhưng đối với đạo diễn Ron Howard thì chủ đề lại là 'để có một bộ óc tuyệt vời thì chưa đủ; muốn hòan thiện, bạn cần phải có một tâm hồn đẹp nữa'. Thực tế, tất cả các tác phẩm của Philip K. Dick (được chuyển thể lên màn ảnh: *Blade Runner, Minority Report, Total Recall, Imposter*,vv.) đều quay về với hai chủ đề chính: cái gì là thực tế và cái gì tạo nên tính người trong chúng ta?

Trong phim *Witness*, một bộ phim chúng ta sẽ phân tích sâu trong chương 7, chủ đề là sự va chạm giữa hai thế giới với hai giá trị đối lập: giá trị của thành phố với súng đạn, chủ nghĩa cơ bắp cá nhân đối nghịch với cuộc sống quê mùa, bình dị của người Amish, yêu thương cộng đồng; liệu có thể chuyển từ thế giới này sang thế giới bên kia mà không bị tổn hại hoặc ảnh hưởng ít nhiều? Theo lý tưởng, thì chúng ta không cần có một sự cân bằng giữa cả hai thế giới.

Chủ đề chính là việc 'viết từ trong tim'; bạn phải lần mò vào sâu thẳm con người bên trong của mình và phát hiện ra chủ đề cá nhân của mình là gì; những chủ đề đó chính là cách bạn nhìn nhận thế giới và là điều bạn muốn nói với khán giả về bản chất của xã hội và cuộc sống của con người.

Nhìn chung, bạn sẽ không biết được chủ đề của câu chuyện trước khi bắt tay vào viết. Hơn thế nữa, nó chính là điều bạn phát hiện ra trong quá trình viết bản nháp đầu tiên, hoặc sau đó. Đừng lo lắng gì về nó; hãy để chủ đề tự bước ra vào đúng thời điểm của nó. Thời điểm phát triển và đan xen nó vào trong kịch bản của bạn là quá trình viết lại.

> Thế hệ biên kịch trẻ ngày nay hoàn toàn thành thạo cấu trúc Hollywood, nhưng chiều sâu thì không có. Thực sự thì họ chẳng viết về cái gì cả.

Dan Pyne
Biên kịch*: Pacific Heights, Doc Hollywood*

> Alan (Ball) viết từ trong chính con tim và khối óc của mình.

Sam Mendes – đạo diễn *American Beauty*

Hãy xem một vài trong số các bộ phim sau đây. Bạn nghĩ gì về chủ đề của mỗi phim? (Câu trả lời có trong phần Tìm hiểu thêm)

1. *Field of Dreams*
2. *Spider-man*
3. *Erin Brockovich*
4. *The legend of Bagger Vance*
5. *A.I (Artificial Intelligence)*

Tựa đề

Chọn ra một tựa đề chuẩn cho kịch bản của bạn là rất quan trọng: tựa đề hay sẽ hút khách, tựa đề tệ sẽ tác dụng ngược. Tựa đề phải nắm bắt được sự chú ý của khán giả, dễ nhớ, truyền đạt được cốt lõi của kịch bản và nói cho chúng ta chút gì đó về bối cảnh, ý tưởng gốc và nhân vật.

Những tựa đề sau gợi lên cho bạn điều gì?

Star Wars
The Fast and The Furious
Psycho
Fatal Attraction
Gladiator
Dan Dare
Catch me if you can
feardotcom
American beauty
Hulk

Star Trek
Six Feet Under
Because the voice are talking to me

Xena, warrior princess
The West Wing
The Fugitive
The Sopranos
Dynasty
Walking with dinosaurs

Mỗi tựa đề sẽ tự động gợi ra một hình ảnh trong tâm trí và một thứ cảm xúc vô thức về nó, nó kích thích trí tò mò của chúng ta. Hãy tự hỏi mình: liệu bạn có đi xem một câu chuyện có tựa đề là *Romeo và Ethel – con gái tên cướp biển*?

Tựa đề cuối cùng của bạn có thể là thứ cuối cùng bạn quyết định sau khi đã hòan thành kịch bản, vì thế trong giai đoạn này, cứ tạm lấy ra một tựa đề, có thể chỉ là một từ hoặc một vấn đề - chỉ là tạo ra một danh tính cho dự án của bạn.

Khung cảnh và sự thiết lập (background and setting)

Bạn cần biết rõ thế giới nơi diễn ra câu chuyện của bạn và khiến khán giả tin vào nó. Thế giới đó không nhất thiết là phải có thực, nhưng người ta phải tin rằng nó có tồn tại.

Hãy tự hỏi mình những câu hỏi sau:

- Thế giới đó là loại gì? Tôi muốn tác động đến khán giả như thế nào? Liệu họ có cảm thấy thế giới này tương đồng với thế giới của họ? Liệu tôi có thể nắm bắt được trí tưởng tượng của họ bằng một thế giới mà họ chưa bao giờ thấy nhưng lại thu hút họ?
- Đó có phải là một thế giới thực gần với thế giới mà khán giả đang sống? Liệu đó có phải là thế giới mà có thể họ đang sống ngay trong đó, ở một đất nước khác, một thời khắc khác trong lịch sử?
- Đó có phải một thế giới kì bí và xa lạ? Có thể thế giới đó tồn tại, nhưng khán giả chưa bao giờ được ghé qua (đỉnh Everest, mặt trăng)
- Liệu nó có hoang đường? Có thể nó không tồn tại trong thế giới thực, nhưng trong trí tưởng tượng thì có. (một vài điều gì đó tương đồng với thế giới mà ta biết, nhưng những quy tắc có thể khác)
- Liệu đó có phải là một thế giới thuộc thể loại hoàn toàn tưởng tượng? Khán giả biết nó không tồn tại, rằng mấy anh cao bồi chẳng bao giờ như thế cả, nhưng... Các nguyên tắc vẫn vận hành như trong cuộc sống thực
- Không khí trong đó như thế nào? Nó có tác động ra sao đến cuộc sống của con người? Họ có thể sống ở ngoài trời không hay chỉ ở trong nhà bởi vì giá rét? Liệu có bệnh tật/hiểm họa đặc biệt nào xuất hiện trong thế giới này như là một hậu quả của điều gì đó?
- Phong cảnh – có cảnh đẹp nào trong môi trường xung quanh không? Liệu có người dân nào nhận thấy điều đó? Có con vật nào không? Thái độ của con người với chúng? Quái vật hay thú nuôi?
- Xã hội – con người sống trong thế giới đó như thế nào? Một nhóm, một đôi hay đơn độc? Họ có bị cô lập, liệu mỗi người có biết người khác đang làm gì? Đang trong thời chiến hay thời bình với nhau? Liệu có đủ lương thực? Có nhà? Nếu không, họ sống ở đâu?
- Kinh tế - họ sống bằng gì? Họ kiếm tiền thế nào? Họ sống để làm việc hay làm việc để sống? Họ có làm việc không? Có nghèo không? Họ đi lại thế nào? Nhanh/chậm/có tổ chức/lộn xộn?

- Tổ chức quyền lực trong thế giới đó như thế nào? Mọi tình huống xã hội (bao gồm cả tình yêu) có sự phân bổ không cân đối về mặt quyền lực; con người có quyền đối với cuộc sống của chính mình không? Họ có thể quyết định xem ngày mai sẽ làm gì? Họ bị quản lý bởi nhu cầu cần làm việc hay bởi một ông chủ nào đó? Họ có gắn bó với công việc/quê hương hay họ học tập/làm việc độc lập? Họ có thời gian rảnh không? Họ giàu có và có quyền lực đối với người khác? Họ có mong được tự do? Nên nhớ: kiến thức và thông tin là quyền lực.
- Nghi thức trong thế giới đó là gì? Một bữa ăn gia đình, rửa tay, rửa xe, đi xe bus, tất cả đều là những nghi thức thông thường.
- Vấn đề đạo đức trong thế giới đó? Đâu là ranh giới giữa đúng/sai, tốt/xấu, luật pháp/luật rừng?
- Đời sống tinh thần trong thế giới đó quan trọng như thế nào? Liệu có theo một tôn giáo nào? Nó làm cuộc sống phong phú hơn hay hạn chế đi? Liệu vấn đề tôn giáo có tác động lên họ bên ngòai những giờ cầu kinh? Vấn đề tôn giáo không quan trọng nhưng tinh thần bên trong đang vươn tới đỉnh cao?
- Cảm xúc có quan trọng trong thế giới này? Con người ta có nói/hát về tình yêu/hận thù? viết/đọc thơ? có ngoại tình hay mối thù truyền kiếp? Liệu cảm xúc có được bộc lộ tự do hay bị kìm nén bởi một lí do hay một tục lệ nào đó? Liệu đó có phải một thế giới nơi mà việc kiểm sóat và sự vô cảm là cần thiết?
- Những sáng tạo và nghệ thuật trình diễn có quan trọng? (đối với xã hội nói chung và với nhân vật của bạn nói riêng) Hay mỗi người bị dính vào trò chơi vi tính ở nhà? Con người giải trí bằng cách nào? Liệu có thời gian vui vẻ?
- Liệu con người ta có hài lòng với thế giới này? Họ có muốn thay đổi hay mong chờ đi khỏi đây? Nếu ra đi, liệu họ có nhớ nó?
- Nếu bạn là một người ngoài hành tinh thông minh và nhạy cảm, lần đầu tiên đặt chân xuống thế giới này, bạn sẽ bị ấn tượng bởi điều gì đầu tiên? Nhìn kỹ hơn, bạn có thấy ấn tượng ban đầu của mình bị nhầm?

Bối cảnh của câu chuyện được đặt vào khoảng không gian và thời gian lịch sử (quá khứ? hiện tại? tương lai?) và liên quan đến địa điểm (địa điểm cụ thể, đường phố, trong phòng)

Mặc dù bạn có thể cảm thấy rằng bối cảnh giới hạn bạn quanh những điều có thể xảy ra trong câu chuyện, nhưng chính nó lại giúp bạn tập trung khi viết. Một câu chuyện không chỉ là một thế giới chung chung nằm trên tấm vải bạt tranh sơn dầu, nó phải là một bối cảnh cụ thể, một thế giới thu nhỏ. Thế giới đó đủ nhỏ để bạn có thể hiểu rõ nó, như đấng tối cao. Không hiểu rõ thế giới trong câu chuyện của bạn nghĩa là bạn sẽ không thể đưa ra những sự lựa chọn chân thực trong thế giới đó. Khi đó bạn sẽ có xu hướng mượn lại những tình huống tương tự quen thuộc. Điều này sẽ dẫn tới sự lặp lại và sáo mòn. Nguyên bản & độc đáo; chiều sâu của tính nguyên bản sẽ đem đến những câu trả lời và giải pháp hay hơn, đáng tin hơn.

Cốt truyện phụ

Mặc dù kịch bản của bạn sẽ có một cốt truyện chính, nó sẽ không đủ để duy trì kịch bản của bạn và hiểu được tòan bộ câu chuyện chính, nhân vật chính, chiều sâu, mầu sắc và ý nghĩa. Bạn cần có những cốt truyện phụ - những câu chuyện được thêm vào, kết nối và liên quan đến các nhân vật khác hoặc những sự việc khác có ảnh hưởng đến cốt truyện chính và cách nhân vật chính phản ứng. Chúng rất cần thiết. Bạn cần có:

- Một cốt truyện chính
- Một cốt truyện phụ
- Những cốt truyện phụ khác

Những bộ phim truyền hình ngắn sẽ có một cốt truyện chính và một cốt truyện phụ (có thể có cốt truyện phụ thứ hai); nếu thêm nữa, nó sẽ căng quá mức. Phim truyện sẽ có một cốt truyện chính, một cốt truyện phụ và khỏang 3-5 cốt truyện phụ khác (hiếm khi có hơn). Các tập phim series truyền hình thường có 1 tá hoặc hơn thế nữa những móc nối.

Khán giả ngày nay rất tinh. Nếu một cốt truyện phụ mờ nhạt, hoặc xuất hiện rất ngắn, khán giả vẫn sẽ nhận ra dù hơi mơ hồ.

Điều quan trọng của cốt truyện phụ là:

Dù cốt truyện chính của bạn có kết thúc như thế nào. Tất cả các cốt truyện phụ phải phục vụ cho cốt truyện chính.

Mối quan hệ giữa cốt truyện phụ và cốt truyện chính phải là 1 trong 4 loại sau:

- Đối lập: đi ngược lại với ý tưởng gốc của cốt truyện chính.
- Phụ trợ: hộ trợ cho các ý của cốt truyện chính
- Vai trò set-up: thu hút khán giả cho đến khi giới thiệu vào cốt truyện chính
- Phức tạp hóa: đời sống của cốt truyện chính (ví dụ: giới thiệu một chuyện tình bước vào một cuộc phiêu lưu hành động như Speed hoặc xXx)

Cốt truyện phụ sẽ là hiện thân của thông điệp/chủ đề cho kịch bản của bạn, thường thì nó kể cho chúng ta biết câu chuyện thực sự nói về cái gì (chuộc lỗi, tập thể đối chọi với cá nhân, tìm kiếm chính mình, tốt đối chọi với xấu). Ví dụ: cốt truyện chính của *Field of the Dream* là việc xây dựng sân bóng chày, nhưng biên kịch lại hứng thú hơn với việc khai thác tình cha con và tầm quan trọng của ước mơ. Trong *Witness*, biên kịch tập trung vào mối quan hệ giữa John Book-Rachel (khán giả cũng vậy). Họ khai thác vấn đề này thông qua cốt truyện phụ, đặc biệt là cốt truyện phụ chính.

Hãy xem Witness. Viết ra những gì bạn cho là cốt truyện chính và phụ và mối quan hệ giữa chúng. Bạn có thể vẽ sơ đồ sự phát triển?

Một bộ phim có nhịp nhanh và phức tạp như Tootsie có ít nhất 5 cốt truyện phụ:

1. Michael – Julie (nữ diễn viên của phim)
2. Michael – Sandy (người bạn không an tòan)
3. Michael – Les (ông bố góa vợ của Julie)
4. Michael – Brewster (ông bác sĩ dâm đãng)
5. Julie – Ron (đạo diễn phim)

... cũng có ý là 6 cốt truyện (Michael – Jeff, bạn cùng phòng), mỗi một cốt truyện phụ làm rắc rối thêm cốt truyện chính của Michael về việc cố gắng có được và duy trì công việc rồi lại bỏ nghề diễn. Mỗi một cốt truyện phụ đều nói lên điều gì đó về bản chất của tình yêu và tình bạn, mỗi cái có một cấu trúc nội tại riêng và cùng lớn dần, hòa vào cốt truyện chính.

Xem Tootsie. Bạn có nhận thấy có rất nhiều cốt truyện cùng diễn ra? Có thể không. Cái hay của một kịch bản tinh xảo đó là nó không chỉ cùng lúc kể nhiều câu chuyện mà còn liên kết các chuyện theo cùng chủ đề, một cách nhẹ nhàng - bạn không nhận ra điều đó và không thể nhìn thấy mối nối.

Có nhiều cốt truyện phụ được sử dụng bằng nhiều cách nhằm mang lại kịch tính:

- Thể hiện hành động song song. Có hai câu chuyện riêng biệt, được nối kết hoặc không, bạn phải xoay xở giữa hai câu chuyện để thể hiện được câu chuyện chính.
- Thể hiện ý ngầm
- Thể hiện những khía cạnh khác của nhân vật
- Làm khán giả ngạc nhiên
- Trì hoãn sự phát triển của cốt truyện chính. Điều này rất có ích trong thể loại phim hài (dễ dàng chuyển cốt truyện chính lệch đi trong một vài phút và tạo ra một vài đoạn ngắn độc lập) hoặc ở điểm mà nhân vật còn mờ nhạt.
- Giới thiệu nhân vật khác. Mỗi một nhân vật quan trọng cần có một câu chuyện riêng (chương 4)
- Thể hiện câu chuyện nền (Chương 4)
- Cung cấp bối cảnh của câu chuyện chính. Ví dụ: Chinatown bắt đầu với một vụ điều tra của một bà vợ nào đó, phát triển thành một vụ scandal tham nhũng rồi cuối cùng là một câu chuyện loạn luân. Cốt truyện phụ có thể tạo ra bối cảnh cho cao trào cuối cùng và giữ cho phần đầu của chuyện chạy xuyên suốt, đặc biệt là khi có nhiều nhân vật tham gia.

Trong một kịch bản , sự vận động của cốt truyện và cốt truyện phụ tạo ra sự vận động của câu chuyện. Nếu cốt truyện và cốt truyện phụ không được kết nối, câu chuyện của bạn sẽ rời rạc, không liên kết – và vô lý. Đây là một kỹ năng, cách bạn kết nối cốt truyện phụ vào toàn bộ mạng lưới của câu chuyện sẽ đem đến

cho bạn một kịch bản chặt chẽ và phức tạp. Quá nhiều cốt truyện không liên kết tốt sẽ dẫn đến một kịch bản rối rắm, lan man, nặng nề với quá nhiều điều xảy ra (Speilberg)

	Set – up	Bước ngoặt thứ 1	Phát triển	Bước ngoặt thứ 2	Cao trào	Giải pháp
Cốt truyện chính	Michael không có việc làm	Michael có việc làm với danh tính Dorothy	Michael trở nên cực kì thành công	Michael cố thoát khỏi hợp đồng – nhưng “cô ấy” quá tài năng, nên không ai muốn để anh ta đi		
Cốt truyện phụ						
1. Michael – Julie	Michael (Dorothy) gặp Julie ngay trong ngày đầu đi làm. Anh bị cô thu hút	Julie mời anh đi ăn tối. Tình bạn của họ bắt đầu	Họ trở thành bạn. Họ đi về quê. Họ nói chuyện. Dorothy xui Julie chia tay Ron. Dorothy giúp Julie trông trẻ.	Dorothy cố để được hôn Julie. Sự phát triển: Julie không muốn gặp Dorothy.	Michael nói ‘phần khó nhất đã qua’. Họ trở thành bạn	Giờ họ có thể tiếp tục mối quan hệ. Họ bỏ nhau.
2. Michael – Sandy	Thiết lập Tình bạn dài lâu giữa Michael và Sandy bằng việc đưa ra các tình huống khác nhau (bữa tiệc sinh nhật, chuẩn bị cho vai diễn thử của Sandy	Michael & Sandy ngủ với nhau, thay đổi mối quan hệ giữa hai người, tình bạn có nguy cơ tan vỡ.	Mối bất an của Sandy tăng lên. Cô mời Michael ăn tối và đối chất anh ta về hành động của anh ta	Sandy phát hiện ra Michael yêu người khác và cô kết thúc tình bạn giữa họ	Sandy mở màn vở kịch mới	Cô và Michael lại trở thành bạn
3. Michael – Les	Les gặp Dorothy	Les bắt đầu yêu Dorothy	Họ cùng hát khi Dorothy đi thăm nông trại cùng Julie. Les nhảy cùng Dorothy	Les cầu hôn	Michael trả lại cái nhẫn	Les tha thứ cho anh ta
4. Michael - Brewst	Michael được cảnh báo rằng Brewster là gã dê xồm	Brewster bắt đầu bị thu hút bởi Dorothy	Họ làm cùng nhau. Dorothy cố tránh Brewster, kẻ luôn cố hôn cô trong các cảnh phim	Brewster hát bên ngoài cửa sổ nhà Dorothy và lấn tới cô	Michael lột mặt nạ, Brewster phát hiện ra Dorothy không phải đàn	

er					bà.	
5. Julie - Ron	Julie và Ron đang hẹn họ		Michael nhận thấy các Ron đối xử với Julie ngày càng tệ		Julie chia tay Ron- kết quả bài học của Dorothy về lòng tự trọng	

Hình 4.2 Cấu trúc cốt truyện phụ của *Tootsie*

Một vài xem xét cuối cùng

Chi phí

Việc làm phim và truyền hình rất tốn kém và các nhà sản xuất luôn đặt kinh phí lên đầu. Kịch bản ra mắt đầu tiên mà đã tốn kém sẽ là ứng cử viên nặng ký bị từ chối; điều đó cho thấy sự thiếu hiểu biết của người viết về ngành này. Tôi không nói rằng nên viết những cảnh đơn giản hoặc hạn chế trí tưởng tượng của bạn, nhưng ít nhất bạn nên ý thức được những điều sẽ tạo gánh nặng cho kinh phí, ví dụ:

- Hiệu ứng đặc biệt
- Kịch bản về các thời kỳ đã qua với nhiều bối cảnh lịch sử.
- Nhiều địa điểm xa lạ
- Các cảnh có điều kiện thời tiết đặc biệt (ví dụ, cảnh tuyết rơi ngoài trời trong thời điểm quay mùa hè)
- Quả quyết phải có một ngôi sao đóng vai chính.

Kinh phí càng nhỏ, bạn bị buộc càng phải giàu trí tưởng tượng và óc sáng tạo hơn
Roger Corman
Biên kịch/nhà sản xuất/đạo diễn

Hãy xem các bộ phim sau: *Reservoir Dogs, The Blair witch project, My little eye, Big night, ivan xtc, Tree lounge, She's gotta have it, The brothers McMullen, Festen, The Idiots and lock, Stock and Two Smoking barrels* hay bất cứ phim thử nghiệm kỹ thuật số nào của Mile Figgis (*Timecode, Hotel*). Làm sao họ vượt qua được vấn đề "không có kinh phí"? Họ làm có tốt không?

Nghiên cứu

Nếu bạn đang viết về một hoạt động hoặc một chủ đề mà bạn có ít kinh nghiệm về nó, bạn cần dành thời gian nghiên cứu để tạo ra được một bối cảnh đáng tin và có thể tin được. Nhưng nên cẩn thận với việc nghiên cứu quá kỹ. Có thể bạn sẽ bị đẩy đến tình trạng "việc này làm sao có thể xảy ra". Rất khó! Bạn đang đi tìm một sự thật có kịch tính, nó cần phải như thế. Vì thế hãy tạo dựng và khiến nó có vẻ như đã xảy ra trong hoàn cảnh đó - bạn không làm phim tài liệu. Nhưng người ta vẫn nói trong nghề báo: Đừng bao giờ để thông tin thực tế xen vào đường đi của một câu chuyện hay.

Người ta vẫn thường bảo tôi rằng: 'Anh nên nghe mấy câu chuyện buồn cười xảy ra ở cơ quan tôi.' Tôi nói với họ rằng: 'Anh chỉ việc kể về công việc của anh. Tôi sẽ làm cho nó buồn cười'.
Allan Sutherland
Biên kịch phim hài

Phương tiện truyền thông
Khi một Người đọc thẩm định nhận được một kịch bản hoặc một nhà sản xuất quan tâm đến một ý tưởng, họ sẽ ngay lập tức biết được hình thức trình bày lý tưởng cho ý tưởng đó. Hầu hết các nhà biên kịch trẻ dường như chỉ nghĩ đến phim truyện điện ảnh. Nhưng thể loại và độ phức tạp của câu chuyện, cốt truyện, cốt truyện phụ và số lượng nhân vật của bạn sẽ cho bạn biết liệu nó có đủ cho bộ phim 90+ phút màn ảnh rộng không.

Hãy tự hỏi mình: liệu câu chuyện của mình tốt nhất là nên được kể bằng phim điện ảnh (khoảng 90-120 phút)? Hay là một phim truyền hình 60 phút thì tốt hơn? hoặc thậm chí là một mini series? Liệu nó có phải là một câu chuyện dài 30 phút được cố kéo cho đủ độ dài của một phim truyện điện ảnh? Liệu nó có phải là một mini series được thu gọn thành 90 phút?

Nguyên tắc cơ bản, hãy nghĩ như thế này:

Phim truyền hình phụ,	60 phút hoặc dài hơn. Có khỏang 6 nhân vật chính và trong trường quay với số địa điểm quay giới hạn.
Phim truyện điện ảnh và phụ,	Khỏang 80-120 phút. 7 (hoặc ít hơn) nhân vật chính bối cảnh rộng mở, nhiều địa điểm quay, phù hợp với một thể loại.
TV mini series vào các đình	Hai tập(hoặc nhiều hơn) phim dài chiếu thường kỳ tối hoặc tuần, bối cảnh rộng xu hướng về vấn đề gia và hay đi ngược lại sự kiện lịch sử chính. Thường là chuyển thể từ sách.
Truyền hình dài tập (hoặc nhau phát	13 nhân vật chính và phụ (hoặc hơn), với khỏang 50 nhiều hơn) mạch chuyện được chạy ở thời điểm khác với độ dài khác nhau. Kéo dài 30-60 phút và được sóng đều đặn (hàng tuần, hàng tối)

Hãy khách quan với các ý tưởng của mình và thành thật với bản thân:

- Nó có phù hợp với màn ảnh rộng?
- Hình thức trình bày và độ dài đã đúng chưa?
- Liệu nó có phù hợp dưới dạng hình thức khác như phim truyền hình hoặc in thẳng sang video, hoặc trò chơi vi tính?

Mỗi một câu chuyện đều có độ dài lý tưởng của riêng nó. Bạn phải đưa ra quyết định: câu chuyện của tôi bắt đầu ở đâu? kết thúc ở đâu? Chọn ra một hình thức

phù hợp với câu chuyện của bạn sẽ giúp bạn có sự tự tin – vào bản thân và vào câu chuyện.

Người ta vẫn thường xuyên tiếp cận chúng tôi để làm phim truyện dài *Simpsons*. Nhưng với mỗi tập chúng tôi đã có đủ một câu chuyện, nhân vật, sự phát triển và one-liner để tạo ra một bộ phim hoàn chỉnh. Tôi không thấy cần thiết khi kéo dài một tác phẩm 30 phút và biến nó thành 90 phút.
Matt Groening
Người sáng tạo*: The Simpsons, Futurama*

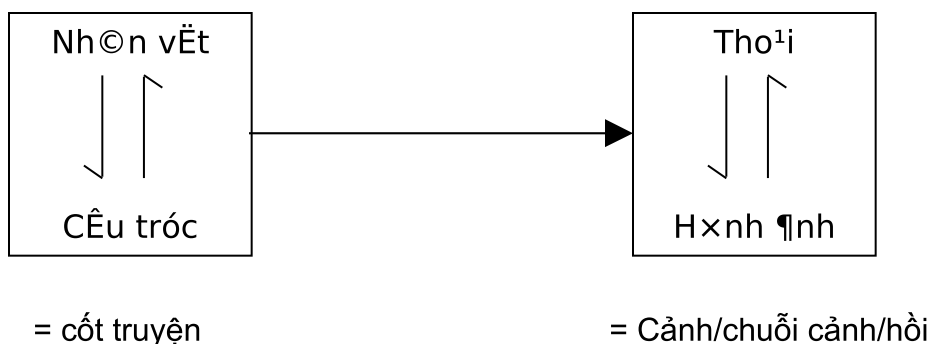
05
Sáng tạo nhân vật

Trong chương này các bạn sẽ học:
- Cách tạo ra nhân vật 3 chiều, toàn diện và có thể tin được.
- Cách thiết kế vai diễn cho các loại nhân vật và vai trò khác nhau, kết hợp chúng lại với nhau để mang đến một câu chuyện hay nhất.
- Làm sao để khán giả thấy liên hệ với các nhân vật.

Nhân vật của bạn sẽ dẫn bạn đi xuyên qua mê cung câu chuyện. Bạn không biết chỗ nào. Hãy tin tưởng vào nhân vật của mình và rồi bạn sẽ tin tưởng câu chuyện của mình

Paula Milne

Cho đến giờ, chúng ta nhìn nhận mọi việc qua những khái niệm rất mơ hồi và chung chung. Bây giờ bắt đầu mổ xẻ kỹ hơn. Hai khối nhà chính của một kịch bản đó là: nhân vật và cấu trúc. Cả hai đều mang tính biểu tượng: âm và dương: cả hai bổ trợ, tỏa sáng, đưa đẩy lẫn nhau.



Tạo ra những nhân vật đáng tin và thuyết phục có lẽ là việc khó khăn nhất đối với bất kỳ nhà biên kịch nào. Chương này sẽ cung cấp cho các bạn các công cụ và điểm mở đầu nhằm giúp bạn hiểu được vấn đề.

'Nắm bắt' được nhân vật là phần khó nhất khi viết 1 kịch bản và có lẽ cũng là phần quan trọng nhất. Mỗi một câu chuyện đều ít nhiều hướng tới việc mở rộng hướng phát triển cho nhân vật, ngay cả với *The fast and the furious, Robocop, Tomb Raider* và thậm chí là *Johnny Mnemonic*. Hãy nghĩ đến bộ phim bạn thích nhất. Luôn có một điểm gì đó ở nhân vật mà bạn thấy bị khuất phục hoàn toàn, khiến bạn như bị cuốn vào câu chuyện, quan tâm đến nhân vật, cảm thấy căng thẳng khi họ bị nguy hiểm. Làm sao để làm được như thế?

Chương này chúng ta sẽ nghiên cứu hai yếu tố quan trọng khi sáng tạo nhân vật cho kịch bản:

- sự sáng tạo của chính nhân vật, tiểu sử.
- thiết kế vai diễn

Trước tiên hãy nghĩ tên cho nhân vật của bạn.

Chọn một cái tên.

Tên cho nhân vật rất quan trọng, vì thế hãy chọn một cái tên thật hay và mạnh mẽ: một cái tên tạo cảm giác gì đó cho khán giả. Nghĩ thử xem: *Indiana Jones, Priscilla, Bruce Wayne, Forrest Gump, Malcolm X. Trong Field of the Dream* , cái tên được chọn là Ray - một cái tên rất bình thường cho một anh nông dân giản dị, không tham vọng ở Iowa. *Thelma & Louise*: một cái tên không phổ biến lắm (nghe giống như tên một bà nội trợ miền nam nước Mỹ) và một cái tên rất quen thuộc – hai mức độ của hai nhân vật tính cách khác biệt nhau. Tại sao bạn nghĩ tên nhân vật trong Witness là John Book?

Nên nhớ rằng có một số tên được sử dụng mang tính đặc trưng thế hệ , ví dụ: Rose, May, Ethel, Blanche, George, Norman, Sharon, Tracey, Kevin, Jason, Kylie, Matt, Tiffany, Amber, Buffy v.v.

Cách sử dụng tên cũng có thể tạo cảm xúc: một nhân vật luôn được gọi bằng họ (last name) sẽ nổi cáu nếu bị gọi bằng tên thường (first name), cũng tương tự như nói Mike, trong khi họ chỉ muốn được gọi là Michael; điều tương tự cũng xảy ra với nickname. Hãy xem *Scent Of A Woman* và lưu ý cách sử dụng Charles, Charlie và Chuckie; tương tự với cách sử dụng Leonard và Lennie trong Memento.

Nếu bạn đã xem phim *Insomnia* , bạn có thể nhận thấy cách lựa chọn tên nhân vật một cách khá châm biếm là Will Dormer (Dormer: người ngủ); và cách gọi một nhân vật trong *Minority Report* - một bộ phim nói về việc nhìn thấy tương lai – bác sĩ Iris

Hineman (nguyên văn) không phải là cái tên tình cờ. Bộ phim *The Truman show*, có nhân vật chính là Truman Burbank (true-man – người đàn ông đích thực/Burbank ở Hollywood, California), đối đầu với một người hiện thân của Chúa có tên là Christof. Việc chọn tên nhân vật trong phim *Road to Perdition* là Michael (Mike) và Michael Jr., ban đầu có thể gây nhầm lẫn, thực ra đó là cách phản ánh chủ đề của bộ phim: ý tưởng - nỗi sợ - đứa con sẽ đi theo dấu chân cha và trở thành một sát thủ đường phố. Tất cả các tên đều được lựa chọn cẩn thận.

Mẹo: một nguồn để chọn tên hay chính là những cuốn sách liệt kê tên cho em bé.

Hãy chọn tên các nhân vật của bạn không có trùng chữ cái đầu tiên (trừ khi có yếu tố gì đó liên quan trong cốt truyện) hoặc nghe giống nhau. Trong cùng 1 câu chuyện mà có 3 nhân vật tên là Ray, Ricky, Reg hoặc là Jack, Jacques và Jake sẽ khiến khán giả nhầm lần (đặc biệt là Người đọc thẩm định)

Tạo nhân vật 3 chiều

Các khả năng xảy ra gần như là vô cùng tận. Bạn có một vài nhân vật, cứ cho là 4. A nói hoặc làm điều gì đó có thể kích thích 1 trong 4 phản ứng từ B,C và D. Như vậy sẽ có 256 sự hoán vị vòng quanh. Phản ứng của B sẽ được nhân lên 256 lần. Trước khi bạn có 2 dòng thoại, bạn phải tung hứng với 65.536 tình huống cốt truyện phụ có thể xảy ra. Cách kiểm soát duy nhất bạn có được đó là phải hiểu thật rõ nhân vật của mình.

Norman Lebrecht
Nhà báo, tác giả : *The Song of names*

Là một nhà biên kịch, mục tiêu của bạn là tạo ra những nhân vật 3 chiều

Điều đó nghĩa là các nhân vật của bạn rất hấp dẫn có thể thu hút sự chú ý của khán giả và là những mẫu nhân vật có thể tin được. Bạn càng hiểu về nhân vật của mình, bạn viết về họ sẽ càng toàn diện (toàn diện được hiểu theo nghĩa đa chiều, từ nhiều góc nhìn, không phải nghĩa hoàn hảo) và khán giả sẽ càng thích thú, càng tin vào tác phẩm của bạn hơn. Nếu việc mô tả chỉ đều đều, lời thoại không sống động, diễn viên diễn không thật, điều đó chứng tỏ biên kịch đã không dành nhiều thời gian để tìm hiểu kỹ nhân vật của anh/cô ta. Khi đã hiểu rõ nhân vật của mình, như người bạn thân vậy, bạn sẽ biết chính xác họ sẽ làm gì, nói gì.

Rất nhiều câu thoại tôi nghĩ là hài hước nhất mà lại bị cắt, bởi vì đó là những câu chuyện đùa của tôi, từ trên trang giấy của tôi, chứ không xuất phát từ nhân vật. Khán giả phải tin rằng mỗi nhân vật sẽ nói ra câu thoại của riêng mình.

Simon Beaufoy
Biên kịch: *The full monty,*

Among Giants, Blow Dry

Vấn đề là phải để các nhân vật nói chuyện với nhau. Một khi bạn đạt tới điểm đó, bạn sẽ hiểu nhân vật của mình hơn.

Tony Marchant

Dù rằng bạn sẽ không thực sự sử dụng hết 80% thông tin của nhân vật trong kịch bản, nhưng bạn vẫn cần biết. Không chỉ bởi vì nó sẽ làm rõ ràng hơn và tập trung hơn những thứ trong đầu bạn, mà còn bởi vì ở một điểm nào đó, một ai đó – có thể là người biên tập kịch bản, nhà sản xuất, đạo diễn hoặc (đặc biệt là) diễn viên sẽ chỉ vào kịch bản và hỏi bạn “Tại sao nhân vật này lại nói/làm thế?” Bạn phải có một câu trả lời thuyết phục và làm việc kỹ lưỡng với những nhân vật của mình sẽ cho bạn câu trả lời.

Tôi tiếp cận theo hướng này: tôi nhìn vào nhân vật Richard Goodwin và tôi cố gắng để hiểu được tại sao anh ta đưa ra quyết định của mình: tại sao làm việc cho ủy ban thay vì kiếm lắm tiền ở Wall Street? Tại sao anh ta quyết định khởi tố Charles Van Doren và nhà vô địch Herb Stempel và tại sao cảm thấy lưỡng lự với chức vô địch? Tôi cố gắng kết nối các dấu chấm của những hành động đó, hiểu được một nhân cách đưa ra những quyết định đó; hiểu được nhân vật để thấy được việc đưa ra những quyết định trên là có tư duy và đáng tin.

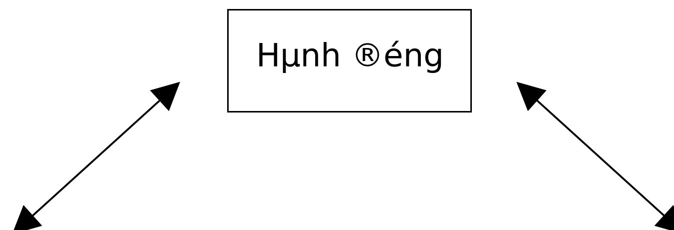
Paul Attanasio
nói về việc viết kịch bản *Quiz Show*

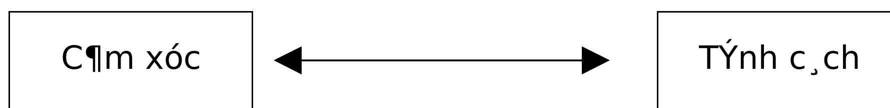
Nguyên tắc cơ bản để hiểu đó là:

Chúng Ta Hiểu Được Một Nhân Vật Từ Chính Những Quyết Định Của Họ

Điều này áp dụng phần lớn cho các nhân vật chính của bạn. Mục tiêu của họ (động cơ) sẽ lèo lái cốt truyện : quyết định của họ thể hiện dưới dạng hành động sẽ vạch đường chỉ lối cho mạch chuyện của bạn. Hãy xem *Spider man*, đó là một bộ phim về việc nhân vật phải đưa ra quyết định và đối với *Peter Parker*, đó là học cách chấp nhận trách nhiệm đối với sự lựa chọn đó - tốt và xấu.

Nhìn nhân vật qua 3 chiều





Chỉ sử dụng 2 trong số 3 yếu tố trên bạn sẽ có những nhân vật nhạt nhẽo, quen thuộc không thể nhảy vọt ra khỏi trang giấy.

Hành động:
- hành động của cơ thể (nhìn thấy được)
- hành động bằng lời nói (thoại) bao quát cả hành động, cảm xúc và tính cách
- hành động cảm xúc (Xem dưới đây)
- hành động tâm lý (bên trong đầu nhân vật, suy nghĩ bao trùm, cảm giác, giấc mơ, trạng thái tâm lý, vv. và thể hiện ra bên ngòai qua *hành động quyết định*, lập thành công thức của một mục tiêu, một quyết định nên hành động hay không?)

Cảm xúc:
Kịch bản là cảm xúc được kịch tính hóa qua những mâu thuẫn; hành động cảm xúc xuất phát từ cảm xúc thật của nhân vật khi gặp một vật cản và chuyển hóa thành phản ứng cảm xúc
- Cảm xúc thật là khả năng hoặc xu hướng của nhân vật khi cảm thấy vui/yêu thương/tức giận/nồng nhiệt/thù ghét/tuyệt vọng /vô cảm. Nó còn bao gồm cả tính khí và khả năng chuyển đổi trạng thái cảm xúc (nóng giận/tuyệt vọng/vv.)nhanh hay chậm.
- Hành động hoặc phản ứng cảm xúc có thể là một nụ hôn, một cái gì đặc biệt, một cách biểu lộ đau khổ, vv.
- Tính cách là sự kết hợp của yếu tố bên trong (thái độ, khát vọng, niềm tin, cách nhìn đời, ý định, vv.)

Chức năng/phân loại nhân vật
Tất cả các nhân vật đều có một chức năng nhất định phải được thể hiện trong kịch bản của bạn. Bạn có thể chia ra làm 3 loại chính:

- **(Những) nhân vật chính**: nhân vật chính của bạn và bất kỳ ai là người phát triển câu chuyện xoay quanh họ
- **(Những) nhân vật thứ chính**: những người tương tác với nhân vật chính và có tác động đáng kể trong cốt truyện hoặc đối với nhân vật chính (nhân vật phản diện, phản chiếu, lãng mạn – xem phần thiết kế vai diễn ở sau)
- (**Những) nhân vật phụ**: những người chỉ làm nền màu, tạo không khí hoặc phảng phất chút hài hước, gửi thông điệp, mở cửa và đóng góp một cách chung chung vào thế giới câu chuyện

Nhân vật chính.

Đây chính là nhân vật

- Bạn muốn khán giả tập trung vào.
- Qua góc nhìn của họ, họ đi xuyên suốt câu chuyện
- Họ sẽ có cả một hành trình trong câu chuyện của kịch bản.
- Khán giả sẽ hòa mình cùng họ
- Họ sẽ xuất hiện phần lớn trên màn hình

Họ thường được gọi là nam chính hoặc nữ chính, nhân vật chính là người nên
- chèo lái cốt truyện (động cơ và mục tiêu của họ là cỗ máy của câu chuyện)
- khởi sự hành động

Bạn có thể kể tên nhân vật chính của các phim sau? *Forrest Gump, Back to the future, The Matrix, Spider man, Amélie, Unforgiven* và *Braveheart*?

Mặc dù các nhân vật trung tâm (protagonist) là nhân vật chính, nhưng không phải lúc nào cũng vậy. Trong *Rain man*, Raymond (Dustin Hoffman) là nhân vật chính, nhưng Charlie (Tom Cruise) là nhân vật trung tâm – người trải qua cả một hành trình từ một kẻ ích kỷ, tham lam trở thành một người rộng lượng hơn. Trong phim *The Third Man*, Harry Lime (Orson Welles) là nhân vật chính, nhưng nhân vật trung tâm là nhà báo Holly Martins (Joseph Cotton), và tương tự với Kane và anh nhà báo trong Citizen Kane.

Xem phim *Heat*: bạn nghĩ ai là nhân vật chính, ai là nhân vật trung tâm – De Niro hay Pacino? Và xem *Fight Club* – Brad Pitt hay Edward Norton? Tương tự với *All the President's men* – Redford hay Hoffman? *Don Juan De Marco* – Depp hay Brando? *Changing Lanes* – Affleck hay Jackson? *Good Will Hunting* – Matt Damon hay Robin Williams? – sau cùng, cả hai nhân vật đều có vòng cung phát triển. Những bộ phim khác cần xem: *Analyze This, Birdy, K-Pax*. Chắc chắn là bạn có thể nghĩ thêm một số phim khác?

Tiểu sử nhân vật - phân tích/liệt kê

Bạn nên thử viết tiểu sử (từ 2-10 trang, đôi khi là hơn) của các nhân vật chính, từ khi sinh ra đến khi bước vào kịch bản của bạn. Tại sao? Bởi vì bạn sẽ giật mình khi cuối cùng nhận ra rằng bạn đã đúc rút ra được rất nhiều từ ý tưởng nhân vật gốc. Đột nhiên bạn sẽ hiểu rằng tại sao nhân vật của bạn hành động thế này hoặc mặc quần áo kiểu này. Đôi khi bạn sẽ thấy nhân vật của mình đổi hướng hoặc xô mạnh câu chuyện gốc của mình. Đừng có sợ. Hãy tận dụng nó làm lợi thế của mình và xem xét lại cốt truyện của bạn để từ đó khám phá thêm về nhân vật của bạn.

Cách tiếp cận này có vẻ mất thời gian. Vì thế, dưới đây là một danh sách những điều cần đẩy mạnh; đó là những loại câu hỏi diễn viên thường tự hỏi mình. Nên nhớ rằng khán giả không cần biết tất cả các thông tin này - thực tế, bạn có lẽ

không sử dụng đến 80% những gì bạn viết ra – nhưng là một nhà biên kịch, bạn cần phải biết và trả lời được mọi câu hỏi.

- Giới tính, tuổi tác của nhân vật?
- Cân nặng, chiều cao, dáng người, màu tóc, mắt và da? Họ thuận tay trái hay phải? Có đường nét thể hiện đặc biệt nào trên mặt, cái nheo mắt hay khuyết tật? Họ có tập tễnh hay bị mất một ngón tay nào không? Họ đeo kính thường hay kính áp tròng? Họ đi lại di chuyển thế nào? Họ có thói quen gì không? Có hút thuốc không ? Thái độ của họ đối với người khác?
- Họ nói như thế nào? Giọng ra sao? Tông giọng và tốc độ nói? Có đặc biệt hay sử dụng một số từ ưa thích? Có nói tiếng lóng hay chửi thề không?
- Họ sống một mình hay với người khác? Có con không? Mối quan hệ của họ với chúng? Con cái như thế nào?
- Họ có cộng sự, một hay một vài người tình? Có độc thân không? hay đã kết hôn? Họ có một người họ hàng, bạn cùng phòng hay con vật nuôi nào không?
- Họ sống ở đâu? Họ có nhà riêng? Giá bao nhiêu? Trang trí thế nào? Họ là người bản địa, gọn gàng hay bừa bãi?
- Họ có thành công về mặt vật chất? Có một việc làm tốt và đủ tiền? Họ có lo lắng về tài chính? Họ có độc lập về tài chính? Họ có thích công việc của mình không? Nếu không, họ muốn làm gì? Mối quan hệ của họ trong công việc với đồng nghiệp, sếp hoặc nhân viên?
- Cha mẹ họ còn sống không ? Họ có yêu quý bố mẹ? Gia đình của họ giàu, nghèo có phải vật lộn với cuộc sống? Họ được thừa hưởng gì từ cha mẹ, về hình thức cũng như tâm lý?
- Họ học hành đến đâu? Có từng tham gia quân đội? Họ định làm gì với cuộc sống của mình?
- Quốc tịch của họ? Họ có sống trên chính đất nước của mình? Nếu không, tại sao? Họ cảm thấy thế nào?
- Vấn đề tình dục của họ và thái độ đối với vấn đề này? Quan trọng đến mức nào? Họ có bạn tình? Thái độ của họ đối với đời sống tình dục của người khác?
- Khi họ ở nhà trong một buổi tối, họ có hạnh phúc với người bạn cùng chia sẻ? Họ có đọc sách, tạp chí, báo hay mặt sau của hộp ngũ cốc? Họ nghe loại nhạc gì? Họ ăn gì? Họ có thư giãn? Họ có đan, may vá, viết thư, xem phim, xem lại vài ghi chú từ buổi học tối? Họ có sở thích nào không? Họ có là kẻ mưu mô? Có phải một người thích sưu tập? Sở thích, gu âm nhạc, sách báo của họ nói cho chúng ta biết gì về họ?
- Họ là một người vui vẻ hay gợi cảm? Mối quan hệ của họ nồng nhiệt, cháy bỏng hay bình thản và thận trọng? Họ có xấu tính? Họ có quyến rũ? Họ có kiểm soát được cảm xúc trong cuộc sống hay để cuộc sống kiểm soát mình? Họ bộc lộ căng thẳng như thế nào hay giấu vào bên trong? Họ thể hiện vui mừng thế nào?

- Mọi người có thích họ không? Họ có làm điều mình muốn? Họ có thán phục hay tôn trọng mình? Họ thích gì và ghét gì ở bản thân? Điều gì ở bản thân mà họ thấy tự ngưỡng mộ, ghét bỏ hoặc muốn thay đổi?
- Họ có tự quyết định đời mình hay phải nghe theo người khác hoặc làm mọi việc để vừa lòng người khác hoặc luôn chăm lo cho người khác?
- Họ thích màu gì? Sao chiếu mệnh và cung thiên văn của họ? Họ có tin vào thiên văn học? Họ theo tôn giáo hay tâm linh? Nếu có, họ tin và làm theo điều gì? Đức tin và nguyên tắc đạo đức của họ? Họ có một nỗi sợ đặc biệt nào không?
- Họ muốn gì ở cuộc sống? Mục tiêu, ngắn hạn, trung bình và dài hạn? Họ thực sự muốn gì trong cuộc sống và tại sao? Khi chết, họ muốn được chôn như thế nào: dưới 3 tấc đất, hỏa táng hay ngoài biển? Họ có muốn tro của mình được trải ở một nơi nào đó đặc biệt? Loại nhạc đặc biệt nào chơi ở đám tang của họ? Họ có nghĩ đến cái chết? Cái chết có ám ảnh làm phiền họ?
- Mối quan hệ của họ với các nhân vật chính khác trong chuyện? Ai hoặc cái gì muốn ngăn cản họ đạt được mục tiêu?
- Bạn có thích họ? Bạn có tôn trọng họ? bạn muốn khán giả cảm nhận về họ như thế nào?
- Trong phạm vi kịch/phim/truyện, mục tiêu hoặc nhu cầu của họ là gì? Họ cố đạt được hoặc thay đổi cái gì trong suốt quá trình?
- Cuối kịch bản, sự phát triển của họ là gì? Họ thay đổi thế nào? Họ học được cái gì hay từ ai hoặc từ chính bản thân?

Một bài tập thủ công khác, dựa theo cách các diễn viên tiếp cận vai diễn của họ, đó là ta hãy để nhân vật trải qua một ngày trong đời họ. Sáng mấy giờ họ dậy? Họ dậy như thế nào? Vùng dậy hay nằm đợi có đủ năng lượng? Có lẽ là với 1 điếu thuốc? Họ hút như thế nào? Họ làm gì tiếp theo? vv.

> Khi tôi bắt đầu tìm hiểu một vai diễn, nhân vật giống như một hình ảnh phẳng. Hình ảnh đó tự lộ diện dần trước tôi… nếu tôi có thể nghe thấy giọng của anh ta và bắt đầu thấy anh ta di chuyển, khi đó tất cả những gì tôi phải làm là trở thành chính hình ảnh đó hoặc bắt chước hình ảnh đó và đưa lên màn hình.
>
> *Anthony Hopkins* - diễn viên

Nên nhớ rằng, vấn đề không phải là sử dụng tất cả các thông tin nhưng phải để nó trong đầu (hoặc trên giấy) và lấy ra khi cần đến. Con người chúng ta thế nào tác động lên cách ta nói, nghĩ, làm và cảm nhận vì thế bạn càng hiểu rõ nhân vật của mình, bạn càng khiến hành động và lời nói của họ thêm cụ thể và chân thực. Các nhân vật của bạn sẽ nói và hành động như người thật, chứ không phải là một hình nộm được cắt từ bìa để phục vụ theo cốt truyện.

Hãy viết một tiểu sử thông suốt cho nhân vật chính của bạn

Câu chuyện nền (backstory)
Ngoài tiểu sử về nhân vật, bạn cũng cần phải có câu chuyện nền về họ. Đó có thể được coi là một câu chuyện về nhân vật của bạn và những sự kiện liên quan trong đời họ, đã xảy ra với họ trước khi họ bước vào kịch bản. Thông thường một câu chuyện nền liên quan đến nhân vật của bạn sẽ chỉ kéo dài vài tuần, nhưng cũng có thể là vài giờ, vài tháng hoặc vài năm – câu chuyện sẽ kể theo khung thời gian. Ví dụ, trong phim *The Truman Show*, người cha bị chết đuối của Truman (thấy qua phần hồi tưởng) xảy ra nhiều năm trước khi bộ phim bắt đầu, chúng ta biết rằng những năm đó rất thương tâm. Trong bộ phim hài *George of the Jungle*, quá khứ phức tạp của George được gói gọn một cách thông minh trong phần hoạt hình trước khi bộ phim bắt đầu, được lồng giọng rất vui vẻ. Không có đoạn này, khán giá có lẽ sẽ hiểu lệch phim.

Cũng như tiểu sử nhân vật, bạn cần viết 2-10 trang câu chuyện nền cho mỗi diễn viên chính và thứ chính. Tác dụng quan trọng của câu chuyện nền là nó cung cấp thông tin quan trọng về nhân vật và các sự kiện bạn có thể sử dụng trong quá trình kể chuyện. Một lợi thế khác của câu chuyện nền đó là nó giúp bạn quyết định chính xác nên mở đầu câu chuyện ở đâu (cũng như động cơ của nhân vật trong cảnh 1, hồi 1 được rút ra từ chính câu chuyện nền của họ).
Trong việc thực hành, các nhà biên kịch thường kết hợp viết tiểu sử và câu chuyện nền. Nên nhớ rằng đây chỉ là những công cụ: bạn sử dụng chúng, chứ chúng không dẫn dắt bạn. Khi bạn phát triển và viết 1 kịch bản, câu chuyện sẽ có thể đi lệch khỏi ý tưởng gốc và khiến bạn quay trở về với cả tiểu sử và câu chuyện nền và xem xét lại. Đừng lo, câu chuyện sẽ là con đường chỉ dẫn.

Nhân vật thứ chính
Khi tạo ra những nhân vật này (đặc biệt là nhân vật đối kháng/phản diện và tình ái), đi theo đúng trình tự như với nhân vật chính. Hiểu kỹ về họ, nhưng cẩn thận đừng để họ vượt khỏi tay ta và trở nên quá ấn tượng - họ không bao giờ được vượt qua nhân vật chính. Hãy để cho lời thoại của họ mang tính cá nhân nhiều nhất có thể, đừng viết quá sớm nếu không họ sẽ cuốn theo cùng bạn.

Nhân vật phụ
Hãy cẩn trọng, trong quá trình sáng tạo nhân vật phụ ban sẽ rất dễ rơi vào vòng nguy hiểm của sự quen thuộc và khuôn mẫu (điều đó cho thấy nhà biên kịch chưa làm việc và suy nghĩ kỹ). Do đó, việc đặt nhiều nỗ lực vào nhân vật phụ cũng như nhân vật chính là rất quan trọng. Không có gì dễ hơn bằng việc đem vào một vài khuôn mẫu để nói chuyện, rồi tụ tập trong 1-2 cảnh và dần dần đẩy cốt truyện tiến lên. Bạn thậm chí không nhận ra rằng mình đang làm việc đó vì bạn quá tập trung vào tâm hồn đau khổ của nhân vật trung tâm.

Khi nghĩ về những nhân vật phụ, hãy cân nhắc những điều sau:

- Mỗi khi cho vào một nhân vật mới, hãy nghĩ đến điều mà bạn đang làm. Nếu bạn nghiêm túc suy ngẫm kỹ phần "biến ý tưởng thành rõ ràng" trong chương 4, khi đó bạn sẽ biết câu chuyện của bạn đang kể điều gì

và cả chức năng của nhân vật phụ. Nếu bạn đã làm việc với nhân vật chính và thứ chính, bạn nên luôn có thói quen đưa ra chiều sâu tính cách. Nếu bạn nghĩ về thế giới và bối cảnh trong câu chuyện của bạn, khi đó bạn biết nhân vật của mình có quá khứ (nền tảng) như thế nào.

- Sau đó xem xét nhân vật của bạn phức tạp đến đâu. Có thể không có thời gian hoặc không gian trong kịch bản của bạn để đi vào quá chi tiết. Vì thế, làm cách nào để nhân vật trở nên độc đáo, nguyên bản trong phạm vi cho phép của bạn? Bạn có thể cho nhân vật có phong cách ăn mặc, hình thể hoặc ngôn ngữ cơ thể độc đáo? Bạn có thể cho họ có cách nói khác lạ hoặc giọng địa phương, một sở thích đáng ngạc nhiên hoặc chuyên gia về lĩnh vực nào đó? Liệu họ có một đặc tính cảm xúc – có lẽ là một đặc tính không ngờ tới đừng từ góc nhìn địa vị xã hội của họ? Tất cả điều này đếu có ích như một con đường tắt, nhưng có lẽ chúng không làm cho nhân vật trở thành nguyên bản độc đáo, vì thế, đừng có dựa vào nó quá nhiều. Hãy nhớ là suy nghĩ thật kỹ trước khi bước vào viết thoại.
- Nhìn xung quanh bạn. Con người lúc nào cũng hấp dẫn, đôi khi hơi kỳ cục. Lưu ý, khi đi lại trên các phương tiện công cộng, một gã du côn đang nghiền ngẫm chuyện của Jane Austen hay một ông tài xế xe bus huýt sáo một điệu opera.
- Học từ chính các nhà văn khác. Những nhân vật nhỏ của Charles Dickens luôn được cường điệu hóa, nhưng không bao giờ nhàm chán.

Như thường lệ, làm xong việc sẽ kiệt sức. Những nhân vật phụ điển hình (hình mẫu quen thuộc) thường là sản phẩm của các nhà biên kịch đã tiến rất xa trong kịch bản của họ, và không thể tiến xa hơn nữa. Kể cả với những nhân vật không phải con người cũng cần đào sâu suy nghĩ đi qua tiểu sử để khiến chúng trở nên đáng tin (ví dụ*: Toy Story, Chicken run, Stuart Little, Titan A.E., S1mOne, Babe, Star Wars, The Lion King, Monster*, v.v, và Gollum trong *The Lord Of The Rings:The Two Towers*)

Là một nhà biên kịch, bạn sáng tạo ra nhân vật, lấy chúng ra từ đời sống và chỉnh sửa thêm. Bạn không lấy chúng ra như một sản phẩm làm sẵn từ trong hộp. Vì thế mỗi khi đưa vào bất cứ nhân vật mới nào, hãy suy nghĩ. Dừng nhìn họ như một công cụ trong kịch bản hoặc trong cảnh đó. Hãy tự hỏi tại sao họ ở đó. Liệu họ có nên ở đó không? Liệu vai trò và chức năng của họ có được thể hiện ra bằng một nhân vật đang tồn tại? Tự hỏi mình những câu hỏi về mối quan hệ của từng nhân vật trong truyện của bạn:

- Đó là nhân vật chính, nhân vật trung tâm hay nhân vật phụ?
- Họ là nhân vật trung tâm, phản diện hay đảo phe?
- Mối quan hệ với cốt truyện? Họ có thật cần thiết cho câu chuyện chính, cốt truyện phụ hay chỉ là một người đưa tin?
- Điều gì khiến họ khác các nhân vật khác trong câu chuyện? Nếu họ quen thuộc, liệu bạn có nên thay đổi họ.

Khi tạo ra một nhân vật và thoại cho họ, nếu nó giúp bạn có một cái hình rõ nét hơn trong khi viết cảnh, hãy cố tưởng tượng ra diễn viên phù hợp nhất cho vai diễn đó. Nhưng cũng nên cẩn thận vì mỗi một diễn viên lại mang "hình bóng" của loại nhân vật họ đã từng đóng trước đó và "hình bóng" này có thể gây ra giới hạn cho trí tưởng tượng và sự sáng tạo của bạn. Thêm vào đó khi nộp kịch bản cho một ai đó trong ngành này, đừng bao giờ đưa ra gợi ý về diễn viên cho họ hoặc đưa ra danh sách diễn viên lý tưởng cho kịch bản. Điều đó cũng như là múa rìu qua mắt thợ và chứng tỏ sự ngây ngô trong quá trình sản xuất.

> Trong *Dead Poets Society*, tôi đã bắt đầu câu chuyện và nó cho tôi biết loại nhân vật nào tôi cần… Bắt đầu suy nghĩ một cách khách quan về các nhân vật của bạn.
>
> *Tom Schulman*

Thiết kế vai diễn

Thật không cần thiết xây dựng trọn vẹn nhân vật trung tâm khi bạn chưa có các nhân vật khác liên quan và tương tác. Sự lựa chọn các nhân vật có lẽ là quyết định quan trọng nhất bạn đưa ra khi viết kịch bản. Mỗi một nhân vật đều đảm nhận một chức năng nào đó trong câu chuyện của bạn và thể hiện những khía cạnh khác nhau trong chủ đề của bạn. Trong phạm vi câu chuyện của bạn, việc cài đặt vấn đề bằng cách đưa ra sự việc (Chương 7) và chủ đề sẽ dẫn lối hoặc tác động lên vai diễn bạn thiết kế và lên thể loại nhân vật chính bạn tạo ra. Theo một khía cạnh nào đó, mỗi nhân vật phù hợp với tính chất một vấn đề.

Điều này nghe có vẻ đơn giản, nhưng bạn chỉ có **bốn kiểu nhân vật chính** để chọn:

1. **Nam chính/nữ chính**
   Đây là nhân vật trung tâm của bạn. Nhiệm vụ của nhân vật này là đi theo suốt câu chuyện, do đó mục tiêu của họ và động cơ bên ngòai sẽ chèo lái cốt truyện của bạn, quyết định của họ sẽ khởi đầu cho hành động. Và họ phải muốn theo đuổi mục tiêu tới cùng.

2. **Nhân vật phản diện**
   Nhân vật phản diện là nhân vật cản đường nhân vật trung tâm thực hiện mục tiêu và gây ra những lực cản trên đường đi. Họ là những nhân vật có thể nhìn thấy rõ, những kẻ đối đầu với nhân vật trung tâm – nên nhớ rằng những kẻ xấu hay ho sẽ làm nên kịch tính hay ho. Chính kẻ xấu phải đẩy nhân vật vào chân tường cuối cùng.
   Lưu ý rằng thỉnh thoảng, các nhân vật mà bạn thường cho là phản diện thực tế lại là nhân vật chính. Đó là những nhân vật được gọi là Phản- anh hùng (Ví dụ Travis Bickle trong *Taxi Driver*, Renton trong *Trainspotting*, Noman Bates trong *Psycho*, Tom Ripley trong *The Talented Mr. Ripley*, Patrick Bateman trong *American Psycho*, D-Fens trong *Falling Down*). Tuy nhiên, ngay cả với những nhân vật không có các phẩm chất tốt đẹp, tại sao khán giả vẫn hứng thú với sự sáng tạo này? Bạn có thể kể thêm được không?

3. Nhân vật gương phải chiếu

Còn được gọi là nhân vật hỗ trợ hoặc phản ánh, đây là nhân vật đồng hành cùng nhân vật trung tâm. Họ hỗ trợ cho nhân vật chính đi đến mục tiêu (hoặc cùng chung hoàn cảnh), thêm chiều sâu tính cách cho nhân vật trung tâm thông qua thoại, và khiến nhân vật trung tâm trở nên chân thực thật và đáng tin hơn. Một nhân vật trung tâm tung hòanh một mình mà không có một hình mẫu Sancho Panza bên cạnh sẽ gây khó khăn cho bạn khi muốn khán giả biết chính xác điều gì đang xảy ra với nhân vật trung tâm và cốt truyện của bạn.

4. Nhân vật tình ái

Đây chính là đối tượng nhân vật trung tâm thấy khao khát và thèm muốn - một cuộc rượt bắt tình cảm - nếu bạn thích, thì phần thưởng sẽ rơi vào cuối phim (thường là một người nào đó, trong *Erin Brockovic*, đó là việc đạt được danh dự và lòng kính trọng của mọi người). Nhân vật này hỗ trợ hoặc gây ra lực cản cho nhân vật trung tâm trong việc đi tới mục tiêu. Cảm xúc của nhân vật trung tâm gây ra mâu thuẫn; nếu không có mâu thuẫn trong mối quan hệ này, mọi chuyện sẽ trở nên tẻ nhạt.

Nên nhớ rằng nếu bạn sáng tạo ra một nhân vật tình ái, rất quan trọng nếu để khán giả hòa mình hoặc "yêu" nhân vật này nhiều như nhân vật trung tâm.

Dưới đây là những nguyên tắc quan trọng liên quan đến các loại nhân vật chính:

- Việc phân loại họ được xác định khi nhân vật đó được giới thiệu.
- Tất cả đều được giới thiệu ở cuối Hồi 1, đầu hồi 2 (ngay cả nếu ta không thực sự thấy một nhân vật, bằng cách nào đó họ phải được nhắc tới hoặc xuất hiện)
- Mỗi nhân vật phải giữ vững thứ hạng (chính-phụ) của họ trong suốt cả kịch bản, thay đổi thứ hạng có thể gây rối cho kịch bản của bạn.
- Không cần thiết phải có cả 4, nhưng bạn phải có một nhân vật trung tâm, một kẻ đối đầu, hoặc một tấm gương phải chiếu hoặc một người tình; bạn có thể có 2 nhân vật phản diện hoặc hai nhân vật loại khác, nhưng theo thường lệ, chỉ nên có 1 nhân vật trung tâm.
- Bạn không cần thiết phải khai thác hết những động cơ bên trong và mâu thuẫn của tất cả các nhân vật này (nhưng đối với nhân vật chính là rất cần thiết).

Tất cả công việc do bạn, nhà biên kịch, quyết định, hiểu được mục đích và chức năng của các nhân vật trong phạm vi câu chuyện. Hiểu được chức năng của họ và có thể giúp bạn quyết định liệu nhân vật đó có đang kéo hết sức mình trong câu chuyện.

Bạn sẽ thấy sơ đồ thiết kế vai diễn rất cụ thể trong trang sau.

Hãy xem một hoặc một vài bộ phim được liệt kê ở trang sau. Bạn có đồng ý với những vai tôi giao cho nhân vật? Nếu không, tại sao? Bạn sẽ thiết kế vai diễn thế nào?

Khía cạnh khác trong thiết kế vai diễn

Có lẽ cuốn sách gây ảnh hưởng lớn nhất về viết kịch bản trong những năm cuối thập niên 80 là *Hành trình của nhà biên kịch* của Christopher Vogler. Lấy tác phẩm về sức mạnh trong huyền thoại kể chuyện của Joseph Campbell (xem phần Tìm hiểu thêm), Vogler đã áp dụng và mở rộng các ý tưởng đề đề ra những phương pháp mới trong cách nhìn vào nhân vật và cấu trúc kịch bản.

Ông khuyên ta nên nhìn nhân vật như khi đang đeo một loạt mặt nạ và đề ra 7 hình mẫu nhân vật:

1. **Nhân vật chính**: nhân vật trung tâm khởi đầu cuộc hành trình (nội và/hoặc ngoại); người sẵn sàng hi sinh nhu cầu của mình vì người khác. Trong khi nhân vật chính luôn không đổi, giữ nguyên hình mẫu của mình trong suốt cả câu chuyện, các nhân vật khác trong chuyện dễ thay đổi hơn và có thể chuyển từ mẫu này sang mẫu khác trong số 6 mẫu dưới đây ở những giai đoạn khác nhau trong chuyện. Thêm vào đó, 6 hình mẫu sau có thể hiện thân cho các mặt khác nhau trong chính nhân cách của nhân vật trung tâm tại những thời điểm khác nhau trong cuộc hành trình, phản ánh trải nghiệm của nhân vật với cái thiện và ác
2. **Người cố vấn** (ông/bà già thông thái): thường là một nhân vật tích cực, hỗ trợ hoặc đào tạo nhân vật chính; họ dạy dỗ và bảo vệ nhân vật chính, trao tặng nhân vật chính phép màu hoặc trợ giúp (Obi Wan Kenobi trong *Star Wars*, Gandalf trong *TheLord Of TheRings*)
3. **Kẻ gác cổng**: tại mỗi cánh cổng mở ra một thế giới mới trong hành trình của câu chuyện (xem chương 8 về cấu trúc của Vogler), luôn có một kẻ gác cổng chặn đường đi của nhân vật chính. Đây là những kẻ chống lại nhân vật chính, tuy nhiên nếu thấu hiểu thì nhân vật chính có thể vượt qua hoặc thậm chí biến họ thành đồng minh. Kẻ gác cổng thường không phải là nhân vật phản diện chính, mà chỉ là tay sai hoặc cấp dưới của nhân vật phản diện có nhiệm vụ canh gác hang ổ của kẻ phản diện chính.
4. **Sứ giả**: nhân vật trong hồi 1, là người kêu gọi nhân vật chính vào cuộc phiêu lưu. Theo như tinh thần hiệp sĩ thời trung cổ, hình mẫu Sứ giả sẽ đưa ra thách thức, thông báo sự thay đổi lớn lao (từ đời sống bình thường của nhân vật chính mở ra trong những cảnh đầu)- ví dụ: giọng nói trong phim *Field of the dreams*: “Nếu dựng nó lên, hắn sẽ tới.”
5. **Kẻ thay đổi hình dạng**: một người đồng hành giả trang và nói dối để gây hoang mang cho nhân vật chính. Một khái niệm mơ hồ vì tính chất không ổn định và hay thay đổi của vai này, bất cứ hình mẫu nhân vật nào cũng có thể đeo mặt nạ để phù hợp với mục đích của họ trong kịch bản. Nhân vật chính có thể thay đổi hình dạng để thoát khỏi bẫy (*Sister Act*) hoặc để vượt qua Kẻ gác cổng ; nhân vật phản diện hoặc đồng minh có thể đeo mặt nạ nhằm gây khó dễ hoặc quyến rũ nhân vật chính; một Người cố vấn có thể hoá ra là kẻ địch (*Monster Inc.*)

Kẻ thay đổi hình dạng có thể đem đến nghi ngờ vào một câu chuyện. Khi một nhân vật chính tự hỏi (cô ấy là bạn hay thù? liệu anh ấy có chung thủy với mình? mình gặp người này ở đâu? Liệu họ có phản bội mình?), nghĩa là một kẻ thay đổi hình dạng đã vào cuộc. Loại hình này chính là chất xúc tác cho sự thay đổi, thể hiện một thôi thúc sâu xa muốn chuyển hóa ở bên trong nhân vật chính và đối đầu với một kẻ thay đổi hình dạng sẽ khiến nhân vật chính phát triển và trưởng thành hơn.

6. **Bóng tối**: Kẻ xấu hoặc nhân vật phản diện, kẻ cố gắng tiêu diệt nhân vật chính. Chúng là hiện thân của bóng tối, ngôi nhà của những con quái vật/nỗi sợ của thế giới bên trong nhân vật chính; những bí mật đen tối của nhân vật chính mà có thể không thích, nhưng không thể hoặc sẽ không thừa nhận.
   Vogler quan sát: các nhân vật phản diện và chính diện khi đang trong mâu thuẫn cũng giống như những con ngựa đang kéo về hai hướng ngược nhau; kẻ thiện và kẻ ác trong mâu thuẫn thì giống như những con tàu đang lao đầu vào nhau.
7. **Kẻ lừa gạt**: Mẫu nhân vật này là hiện thân của những trò phiền toái và sự khao khát thay đổi. Những nhân vật này thường là anh hề hoặc người phụ tá, họ làm đảo lộn tình hình hiện tại và gây ra những trò hề.
   Vogler nhìn nhận sự việc rất linh hoạt: những mẫu nhân vật đeo mặt nạ một ai đó trong khoảng thời gian ngắn khi cần thiết để thúc đẩy câu chuyện hoặc nhân vật, chức năng nhân vật linh hoạt chứ không cứng nhắc. Tuy nhiên, nhân vật chính luôn là trung tâm của tất cả.
   Để hiểu hết được những luận điểm phức tạp và tinh tế của Vogler, các bạn cần đọc sách của ông.

	Nhân vật chính Nhân vật trung tâm	Nhân vật đối đầu/ Phản diện	Tấm gương phản chiếu/hỗ trợ	Ái tình lãng mạn
Witness	John Book	Paul Shaeffer	Carter (và sau này là cộng đồng Amish)	Rachel
Field of the Dreams	Ray Kinsella	Đầu tiên là Mark. Cuối cùng là chính hình ảnh của Ray và kí ức về người cha	Annie, vợ anh ta (sau này là Terence Mann)	Một tâm hồn bình yên, bằng lòng với cuộc sống.
Shrek	Shrek	Rõ ràng là tên quận chúa Farquaard, thực ra lại là chính sự hòai nghi về bản thân của Shrek	Donkey	Công chúa Fiona
Minority report	John Anderton	Ban đầu là Danny Witwer Thực ra là Lamar Burgess	Tiên tri Agatha	Lara – người vợ bị ghẻ lạnh của John
Monster Inc.	Sulley	Ban đầu là Randall Về sau là Waternoose	Mike	Boo - đứa bé

Erin Brockovich	Erin Brockovic	Thoạt tiên là tập đòan PGE (sau đó là Kurt và Theresa), thực ra là chính cái nhìn của mọi người đối với Erin	George – hàng xóm Sau này là Ed Masry	Khẳng định được giá trị của chính mình
Cruel Intention	Sebastian Valmont	Kathryn Merteuil	Kathryn? Không, cuối cùng, chính là cuốn nhật ký của Sebastian	Annette Hargrove

Thiết kế vai diễn - một vài quan sát
Mặc dù đối với hầu hết các vai, bạn sẽ thấy có 4 kiểu nhân vật chính (nhân vật chính, kẻ đối đầu, tấm gương phản chiến/hỗ trợ, tình cảm) được thể hiện trong một kịch bản, để thấy một nhân vật cứng nhắc và bị khóa chặt trong một vai nhất định xuyên suốt cả câu chuyện thì thật đơn giản và cũng biến tài năng của bạn thành thứ tầm thường. Cũng như trong cuộc sống, các nhân vật luôn thay đổi liên tục: một kẻ đối đầu có thể có kết thúc là người tình lãng mạn (như trong các phim hài tình cảm), một nhân vật hỗ trợ có thể trở thành kẻ đối đầu (như trong *Monster, Inc.*, *Minority Report*)
Hãy xem 4 hình mẫu nhân vật chỉ là cơ sở; thêm vào đó chút tinh tế bằng cách nghiên cứu kỹ nhân vật và kịch bản theo quan điểm của Vogler. Hãy làm bất cứ điều gì mình cho là đúng để giúp mình sáng tạo ra một câu chuyện hay hơn với nhiều nhân vật chân thực.
Khi dựng lên thiết kế vai diễn, hãy hỏi bản thân hai câu, điều đó sẽ giúp bạn hiểu được tính chất từng loại hoặc từng vai:

1. Chức năng kịch tích của nó trong câu chuyện là gì?
2. Chức năng tâm lý nào hoặc phần tính cách nào (của nhân vật chính) mà nó thể hiện?

Bảng tương quan nhân vật
Khi nhìn vào các mối quan hệ giữa các nhân vật của bạn, có thể có ích nếu vẽ ra một bảng tương quan mối quan hệ giữa các nhân vật như dưới đây. Khi tạo ra bảng này, hãy tự hỏi bản thân, các nhân vật khác phải như thế nào để có được sự đối lập rõ rệt nhất đối với nhân vật trung tâm. Hãy để các đặc điểm hoà trộn với nhau, thật đa dạng hết mức mà bạn có thể tưởng tượng để biểu đạt những phẩm chất khác nhau trong nhân vật trung tâm mà bạn muốn nhấn mạnh. Nếu thấy có ích, hãy nghĩ theo chiều hướng ngược lại và ở các mức độ ưu thế khác nhau. Ví dụ, đây là bảng của series phim hài bi *Six feet under*. Bạn có thể điền thêm vào chỗ trống?

Nathaniel Fisher	Nam (đã chết trở về dưới dạng linh hồn)	Người Cáp-ca	Tính gia trưởng	Nghiêm khắc, lạnh lùng
Ruth	Nữ	Người Cáp ca	phục tùng,	kiềm chế,

	(vợ)		cam chịu	quan tâm
Nate	Nam (con trai cả)	Người Cáp ca	Dễ tính	
David	Nam (con trai thứ)	Người Cáp ca	Tính gia trưởng, nhưng thiếu quyết đoán	Lệ thuộc, dồn nén cảm xúc
Claire	Nữ (con gái út)	Người Cáp ca	quyết đoán, bối rối	Nổi loạn, Quan tâm
Brenda Chenowith	Nữ (mối tình của Nate)	Người Cáp ca	Tính áp đặt	
Federico Diaz	Nam (đã kết hôn)	Người Nam Âu		

Khuyết điểm của nhân vật

> Hãy lấy một khía cạnh trong tính cách của chính bạn (nhà biên kịch) mà bạn cảm thấy chẳng thể tự hào gì về nó, hãy phát triển nó càng sâu càng tốt.
>
> *Kingsley Amis*, Tác gia

Hãy cố gắng nghĩ rằng mỗi nhân vật chính trong câu chuyện của bạn là một thực thể không hoàn hảo, khi cố che giấu đi sự khiếm khuyết ở bên trong tâm hồn. Nghĩ về nó như là một "lỗ hổng" nằm dọc bên trong tính cách của họ, như là những từ được khắc sâu trên tảng đá ven biển . Có lẽ nhân vật của bạn cần phải là một người hoàn hảo, biết kiềm chế, không thể yêu hoặc tin bất kỳ ai hoặc là một người sống quy củ nghiêm ngặt; có thể họ ghét chính bản thân mình và tin rằng chẳng ai yêu mình.
Khi bạn biết hoặc chọn ra khuyết điểm, bạn có thể bắt đầu thấy họ giấu đi khuyết điểm đó như thế nào trong nhiều năm trời, có khi là từ nhỏ. Họ nghĩ ra cơ chế tự vệ nào để che giấu khuyết điểm? Thái độ, cách cư xử nào đã hình thành trong họ và giúp họ sống qua ngày? Những cố gắng trong dè chừng và có thể là lo sợ khi sửa chữa điểm yếu?
Tất cả các nhân vật (như mọi người khác) đều có cái lỗ hổng đó trong mình và tất cả đều cố gắng hết sức để giấu nó đi và chung sống với nó. Hãy nắm lấy nó, và bạn đã có một công cụ hữu ích để phát triển nhân vật đi xa hơn.
Bạn có thể thử sử dụng ý tưởng "khuyết điểm" và cách nhân vật muốn hàn gắn khuyết điểm đó như một điểm nhảy vọt để tạo ra vòng cung phát triển của nhân vật hoặc cho chủ đề.

Sự hoà mình của khán giả

> Người ta đi xem phim để thấy hình ảnh của chính mình trên màn hình. Là một diễn viên, người ta phải hoà nhập cùng với bạn. Bạn không thể giơ một bức ảnh lên và nói "đây là tôi nè", bạn giơ một tấm gương lên và nói "đây chính là các bạn đó"
>
> *Michael Cain*, diễn viên.

Rất quan trọng khi tạo ra nhân vật chính ngay từ bước đầu tiên trong kịch bản của bạn (đừng có lẫn lộn với các nhân vật thứ chính hoặc nhân vật phụ), việc để khán giả đứng về phía nhân vật trung tâm là rất cần thiết, hãy tạo ra một đường dẫn kết nối vô thức để khán giả thấy được thế giới và trải nghiệm cảm xúc thông qua góc nhìn của nhân vật – và bạn cần làm điều này thật nhanh. Cách bạn làm việc này và duy trì nó khiến khán giả hoàn toàn hoà mình cùng nhân vật trung tâm – đây là mấu chốt quan trọng trong việc lấy được thiện cảm từ phía khán giả.

Có một vài cách để đạt được điều này:

- Thông cảm là công cụ được sử dụng phổ biến nhất. Hãy làm cho nhân vật trung tâm là nạn nhân của một sự việc bất hạnh hoặc không may nào đó (Edward *Scissorhands, Signs, Minority Report*, thậm chí là Kenny trong *South Park*), hay nhất là ngay từ những cảnh đầu.
- Đặt nhân vật vào trong thảm hoạ. Chúng ta thông cảm với những người mà ta lo lắng cho họ, day dứt cùng họ, dù rằng đó là mối nguy hiểm liên quan đến tính mạng hay chỉ đơn giản là một lần bị mất mặt (*Indiana Jones*)
- Tạo ra sự đáng yêu cho nhân vật của bạn. Có lẽ họ dễ thương, giỏi giang, chăm chỉ, tinh nghịch, một người thật thà đáng kính hay họ khiến chúng ta cười (Iris, George of the jungle, Frank Abagnale Jr. trong *Catch me if you can*). Một khán giả sẽ thận trọng hơn khi đồng hành cùng những nhân vật này, một ví dụ hay về truyện cười đó là chiếc cà vạt thiên văn học trong phim *A beautiful mind*. Nhưng nên nhớ rằng, vẻ đáng mến và sự hoà mình của khán giả không phải lúc nào cũng đồng nghĩa với nhau.
- Kích thích trí tò mò trong nhân vật này: ở đây nhân vật sẽ là một kẻ xấu tính và đáng ghét (ví dụ: *The fisher king*, *Bad influence*), nhưng chúng ta bị thu hút bởi bí ẩn đi theo hành động và sự lựa chọn của họ. Sẽ rất quan trọng khi ta để nhân vật đáng ghét hoặc Phản anh hùng có ít nhất một đặc điểm nào đó bù lại như là tính hài hước, ngôn ngữ sắc sảo hoặc được một nhân vật thứ chính nào đó thích họ. Khán giả sẽ thấy khó hòa mình với loại nhân vật hoàn toàn bị ám ảnh hoặc điên rồ. Hãy xem vấn đề này được xử lý thế nào trong phim *American Psycho, The talented Mr. Ripley* và *Falling down.*
- Tạo ra vài yếu tố bất bình đẳng. Chúng ta cảm thấy thông cảm với ai đó bị chà đạp áp bức quá đáng (ví dụ: *Thelma and Louise*) hoặc dễ bị tổn thương (*Birdy, It's a wonderful life, Erin Brockovich, Spider-man*)

Cũng có một vài cách tính tế hơn để tiếp cận được việc này:

- *Đồng cảm*: đây là từ mạnh nhất thể hiện sự hoà mình, nhưng cũng là điều khó thực hiện và khó duy trì nhất. Thông thường, đó là sự kết hợp giữa thông cảm, lo lắng và yêu mến; chúng ta chia sẻ điều mà nhân vật cảm thấy, tham gia cùng họ trong tình huống đời sống, thử thách, thất bại và tình thế khó xử của họ. Nhân vật càng bình thường (nhưng tình huống của họ lại bất bình thường), cơ hội có được sự đồng cảm càng cao (*Field Of The Dream*)
- *Sự ngưỡng mộ*: lòng dũng cảm, quyết tâm, may mắn, trí thông minh, kiên định với nguyên tắc của mình khi đối mặt với cám dỗ hoặc hiểm nguy đều đem đến sự ngưỡng mộ trong khán giả. Đôi khi điểm này khác với sự yêu mến: chúng ta có thể không thích người mà ta ngưỡng mộ (ví dụ: *Patton*)
- *Sự quen thuộc*: bối cảnh quen thuộc và dễ nhận ra sẽ đem đến cảm giác thoải mái bên trong khán giả. Thêm nữa, cho nhân vật một nhược điểm quen thuộc nào đó có thể có ích: hay quên tên, dậy trễ, bật nhầm đầu video, vv.
- *Sức mạnh*: một nhân vật kiểm soát hoàn toàn được sức mạnh thì rất thu hút – chúng ta đều bị hấp dẫn bởi sức mạnh (*The Godfather, The Krays*). Sức mạnh có thể được thể hiện qua cảm xúc (*Dangerous Liaisons, Cruel Intentions*). Bạn thậm chí có thể biến nhân vật của mình thành siêu anh hùng (*Superman, Batman, Daredevil, James Bond*). Bạn đang dây dựng trên nền thể loại đã có sẵn và cơ sở văn hoá cùng với hệ thống những giá trị đã được định ra từ trước.
- *Quyền lực tuyệt đối*: cho phép khán giả chỉ thấy những sự kiện và nhân vật thông qua mắt nhìn của người khác (nhân vật trung tâm) (*Maverick, American Beauty, Spider man, Goodfellas*). Đây là cách quen thuộc nhất trong thể loại phim trinh thám (The Big sleep, Chinatown). Cách này thường được sử dụng qua giọng nói thuyết minh.
- Hãy cố đưa nhân vật trung tâm vào kịch bản càng sớm càng tốt (*Maverick, Birdy, Spiderman, A beautiful mind, Calamity Jane*). Sau đó bạn có thể củng cố sự hoà mình của khán giả bằng cách xen kẽ thêm nhiều phương pháp khác.

Một lần nữa, đừng chỉ áp dụng một trong các cách trên, hãy pha trộn chúng với nhau. Hãy chơi với đủ mọi khả năng. Sự đồng cảm giữa khán giả và nhân vật (đặc biệt là nhân vật trung tâm) càng lớn thì càng tốt.

Xem một vài phút đầu của phim *Thelma and Louise, Maverick, Tootsie, Butch Cassidy*… và *Field Of The Dream*. Từ những thông tin đó, hãy mô tả mỗi bộ phim trong 1-2câu. Kết quả cuối cùng có vẻ rất tuyệt đúng không? Có thể không. Nhưng chúng ta đã tham gia vào mỗi bộ phim. Bằng cách nào mà chúng ta hoà mình vào không khí căng thẳng và thú vị cùng nhân vật chính (Thelma and Louise, Bret, Michael, Butch, Sundance và Ray)?

Giờ thì xem phim *The Talented Mr. Ripley* và *American Psycho* – so sánh hai phim. Tom Ripley và Patrick Bateman không phải là những nhân vật đáng yêu nhưng bạn có thấy hứng thú với họ không? bị hấp dẫn và kích thích bởi họ? Bạn có thấy như tham gia cùng họ hoặc cuối cùng bạn có ước rằng mình sẽ không bao giờ gặp họ? Bạn có quan tâm đến số phận của họ? Bạn có thầm mong rằng, có thể một trong số họ thoát khỏi tội ác của mình?

Hãy làm tương tự với các phim như: *Falling Down, Goodfellas* và *Taxi Driver*.

> Ở Châu Âu, các nhà sản xuất hỏi: "Các nhân vật có hấp dẫn không? nhân vật trung tâm có thú vị không?" Ở Mỹ người ta hỏi: "liệu khán giả có thích anh ta?" Và họ gọi đó là "rootability".
>
> *Lynda Miles*
> Nhà sản xuất: *The Commitments, The Van*

> Thật là tự do khi làm các phim độc lập hoặc có kinh phí thấp – các nhân vật của bạn không bị hạn chế bởi những quy tắc về sự yêu mến.
>
> *Anthony Hopkins*, diễn viên.

06
Mục tiêu, sự phát triển, động cơ và mâu thuẫn của nhân vật

Trong chương này, các bạn sẽ học cách:
Đi sâu hơn vào trong nhân vật – tìm hiểu động cơ của họ và mục tiêu, nhìn xem họ phát triển và thay đổi như thế nào trong phạm vi câu chuyện của kịch bản và tìm hiểu những mâu thuẫn khác nhau, những lực cản họ phải đương đầu trên con đường mình đi.

Sự phát triển của nhân vật – Vòng cung chuyển hoá
Nhân vật chính của bạn phải trải qua một quá trình trưởng thành để biến câu chuyện và nhân vật trở nên có ý nghĩa. (nếu không có điều gì xảy ra với nhân vật chính, thì lấy đâu ra câu chuyện và sự hấp dẫn cho khán giả?) Và chính sự phát triển đó xảy ra từ từ trong phạm vi toàn kịch bản (không được ít hơn), cũng không được đột ngột, ngay lập tức. Điều này được gọi là Vòng cùng chuyển hoá hoặc tuyến phát triển. Nếu nhân vật của bạn đã trưởng thành chỉ sau 10 trang, vậy là bạn chỉ có 1 câu chuyện 10 trang.

Trưởng Thành Là Kết Quả Của

Việc Đối Mặt Với Những Lực Cản

Nên nhớ rằng, chúng ta hiểu một nhân vật từ chính quyết định họ đưa ra, thường là dưới một áp lực nào đó; quyết định về những cản trở, về mâu thuẫn và cách họ vượt qua.

Áp lực càng lớn, nhân vật càng bị dồn vào “thế chân tường”, chúng ta càng hiểu rõ hơn về một con người. Do đó, sự phát triển hình thành trong suốt quá trình của kịch bản, trong một series “những va chạm” về cảm xúc (những khoảnh khắc, hoặc sự nhảy vọt của phát triển/phát giác) trong mỗi hồi và trong những cảnh riêng biệt.

Bắt đầu, bạn có 2 loại tính cách nhân vật:

- Loại 1: nhân vật của bạn mở đầu kịch bản
- Loại 2: nhân vật của bạn, tại một điểm khác biệt, sẽ cần vượt qua những lực cản của chuyện và bước va chạm cuối cùng trước khi đi đến mục tiêu cuối cùng

Hãy xem ví dụ của phim *Witness*: nếu John Book, nhân vật chính, cần nhạy cảm hơn, tin tưởng hơn và bớt đi cái tôi cá nhân ở cuối phim, khi đó bạn có thể thấy tính cách anh ta cần có ở đoạn mở đầu. Điều đó có nghĩa là, có thể bắt đầu từ cuối câu chuyện để hiểu được nhân vật của bạn như thế nào và anh ta hoặc cô ta xuất thân từ đâu và sẽ đi đến đâu, giống như là biết được kết thúc câu chuyện để tìm ngược lại phần mở đầu. Hiểu được điều này sẽ khiến cho việc xây dựng sơ đồ phát triển nhân vật dễ dàng hơn. Một khi bạn biết được tính cách nào là cần thiết ở một giai đoạn nhất định trong câu chuyện, bạn có thể thiết kế cảnh và những sự việc giúp tạo ra hoặc bộc lộ ra những tính cách đó. Thường thì bạn sẽ tạo ra một cảnh hoặc một sự việc trước tiên rồi sau đó phát hiện những nhân tố đặc biệt của nhân vật và/hoặc sự trưởng thành được bộc lộ. Viết lách là sự pha trộn của cả hai cách tiếp cận trên. Cứ làm đi!

Ví dụ, trong *Rain Man*, đầu tiên chúng ta thấy Charlie (Cruise) cắt đứt mọi liên hệ cảm xúc với những người khác, ngay cả với bạn gái. Thông tin về cái chết và bản di chúc của ông bố. Charlie phản ứng như thông thường là làm bất cứ điều gì để đạt được cái mình muốn: anh ta bắt cóc Raymond (Hoffman). Thay đổi xuất hiện khi anh ta mua một chiếc TV và chúng ta thấy Charlie thay đổi từ một người chỉ biết phản ứng bật lại trở thành người đoán biết được nhu cầu của Raymond. Charlie dạy Raymond khiêu vũ là một bước ngoặt: đây là việc làm không ích kỷ đầu tiên mà Charlie làm với Raymond, hai nhân vật tác động lên nhau và chúng ta thấy rằng Charlie dần mất đi tính ích kỷ. Raymond lái ôtô (Charlie dám mạo hiểm với tài sản yêu quý của anh ta). Charlie đi gặp bác sĩ và nói : “Lẽ ra ông nên nói với tôi là tôi có anh trai). Cuối cùng chúng ta thấy rằng Charlie sẵn sàng từ bỏ tiền bạc để kết nối lại với anh trai.

Trong *Witness*, John Book chỉ đạt đến mức phát triển cuối cùng khi hạ súng xuống và tự nộp mình trước họng súng của Shaeffer - mạo hiểm mạng sống vì

Rachel. Bằng việc làm này anh ta đã đạt đến mức chuyển hoá cuối cùng - giải quyết được sự sắp đặt có chủ ý từ đầu phim trong Hồi 1 (gọi đến chính quyền Amish để xin đối chứng điều đang xảy ra – trái ngược với xã hội của chúng ta, phớt lờ mọi thứ, để sự việc tự nhiên xảy ra), và lấy được quyền lực từ tay Shaeffer dù rằng hắn có súng. Trong cảnh này, Shaeffer nhận ra rằng hắn không thể đánh lại được cả một cộng đồng, thứ quyền lực hắn có là quyền lực cá thể (thứ quyền lực mà bấy lâu nay hắn sống nhờ nó) thực chất không phải là quyền lực toàn năng. Đây cũng chính là bước chuyển hoá cuối cùng của Shaeffer, xảy ra sau khi hắn đã "chiến thắng" – đánh bại được Book bằng thứ luật và nguyên tắc cuộc chơi áp dụng trong xã hội cớm ở một thành phố lớn. Cũng cần lưu ý rằng Book cũng lộ ra là một anh thợ mộc trước khi là một cảnh sát. Điều này có ý nghĩa quan trọng trong việc anh dễ dàng bị hấp dẫn bởi giá trị và phong cách sống của người Amish.

Vì thế, với tư cách là người viết kịch bản, đầu tiên bạn cần lập ra những giá trị và cảm xúc trong thế giới kịch bản của bạn, sau đó đặt nhân vật chính vào những khủng hoảng khác nhau, ở đó cảm xúc, tính lưỡng lự và giá trị của họ được thử thách và họ buộc phải đưa ra quyết định và kết thúc là họ thay đổi chuyển sang một hệ thống-giá trị khác với phản ứng cảm xúc khác trước.

Trong bất cứ kịch bản nào, nhân vật chính của bạn cần có một sự biến chuyển lớn lao để gây cảm xúc mạnh cho khán giả và giữ được mạch truyện. Một người ngồi ở nhà, muốn một cốc nước – sẽ không hề có sức mạnh – vì họ chỉ cần tự đi ra bếp và lấy cho mình một cốc; nếu đó là 1 người bị lạc trong sa mạc trong cả tuần và sẵn sàng giết người vì một cốc nước – như thế mới gọi là thu hút, có sức mạnh. Một điều yếu trong các kịch bản mới đó là câu chuyện của cuộc sống được kể lại như một tập hợp các sự việc kết nối lại (y hệt như cuộc sống thực); không hề có vòng cung cảm xúc. Phim tiểu sử thường đi vào lối mòn này, kể lại cuộc đời của một người theo trình tự thời gian từ khi sinh ra đến lúc chết đi (ví dụ: *Malcome X*). Bạn cần mô tả những sự việc tạo hiệu ứng kịch tích để làm xuất hiện vòng cung cảm xúc. Lấy phim *Ali* làm ví dụ, chỉ tập trung vào 10 năm trong đời của nhân vật (1964-1974), và phim *Ed Wood* của Tim Burton tập trung vào giai đoạn thú vị nhất trong cuộc đời của Wood, câu chuyện về ông ta nằm ở phần chính bộ phim và phần "sau khi chết" nằm ở đoạn credit hết phim. Mặt khác, phim *Wyatt Earp* của Kevin Costner kéo dài suốt từ 1848 đến 1929 (gói gọn trong 3 giờ đồng hồ). *A beautiful mind* kể lại 47 năm (1947-1994) cuộc đời của John Nash Jr., nhưng ít nhất trong phác thảo kịch bản có vòng cung cảm xúc rất rõ ràng cho cả câu chuyện.

Tìm Hướng Phát Triển Của Vòng Cung Cảm Xúc
Trong Mỗi Nhân Vật Của Bạn (không chỉ nhân vật chính)

Tự hỏi bản thân:

- Đoạn phát triển bắt đầu từ đâu? Tại sao? Nguyên nhân?
- Họ trải qua những sự thay đổi nào?
- Họ phản ứng thế nào với những thay đổi đó?

- Chúng ta thấy dấu hiệu đầu tiên của thay đổi ở đâu?
- Làm sao thấy được?
- Họ làm gì để tạo ra điều đó?

Cuối cùng, đừng có lẫn giữa sự phát triển của nhân vật với chủ đề. Chúng tương tự và có liên hệ với nhau, những sự phát triển áp dụng cho nhân vật và đặc biệt dành cho nhân vật, trái lại, chủ đề áp dụng vào khán giả - đó là tuyên ngôn khái quát nhất về con người mà ta muốn đưa nó đi suốt cả bộ phim.

Hãy xem trọn vẹn phim *Witness* và thử vẽ sơ đồ những khoảnh khắc phát triển trong mối quan hệ John Book – Rachel (đoạn cảm xúc cao trào của của cốt truyện phụ quan trọng, bắt đầu từ lần đầu họ gặp nhau, đi từ những đoạn mắt nhìn mắt (eye – contact), cầm tay, không hôn, hôn, vv.) Làm tương tự với các bộ phim và phim truyền hình. Tiếp tục cho đến khi bạn cảm thấy nắm được khái niệm vòng cung.

Động cơ của nhân vật

> Mục đích của nhân vật là điều quan trọng nhất: khi mở đầu câu chuyện, nhân vật muốn gì, và nhân vật trở nên thông minh thông qua nhiều cách họ tìm ra để đạt được mục tiêu. Họ bắt đầu như thế nào cho đến việc họ là ai và họ có gì trong tay. Khi viết, tôi chỉ nói 'mình biết gã này muốn gì' và một cảnh luôn bao quanh ước muốn của nhân vật.
>
> *Tom Shulman*

Nếu nhân vật là yếu tố quan trọng nhất trong kịch bản của bạn, đi theo điều thôi thúc khiến nhân vật muốn hành động thậm chí còn quan trọng hơn.

Khán giả luôn háo hức muốn biết tại sao nhân vật lại làm như vậy. Khi ta đọc báo về một tên giết người man rợ, nhưng không có ý thức, ta có lẽ chỉ quan tâm đến bản thân sự việc như vậy, nhưng mối quan tâm toàn diện của chúng ta không phải là cách hắn giết cả gia đình mình như thế nào, mà là tại sao – lí do. Kịch bản nhân vật cũng không khác gì. Nếu bạn đưa ra quy mô động cơ của nhân vật, thoả mãn sự háo hức của khán giả muốn biết tại sao, khi đó bạn đó có thể tách mình khỏi lối mòn và có thể là một nhà biên kịch.

Làm việc với tiểu sử và câu chuyện nền của một nhân vật sẽ nói cho bạn biết điều gì thôi thúc họ trong cuộc sống. Tuy nhiên, bạn cũng cần phải biết điều thực sự thôi thúc họ trong chính kịch bản này – nhu cầu /mục tiêu/động cơ kịch tính trong câu chuyện của bạn. Nếu không có nó, một khán giá có lẽ không hiểu được hành động của nhân vật - thậm chí bạn cũng không hiểu được.

Động cơ trong kịch bản luôn được định hình bằng cụm từ "nhân vật hành động", nghĩa là chúng ta không quan tâm đến những nhân vật tự nói cho ta biết điều gì xui khiến họ, chúng ta cần thấy họ thể hiện và diễn như thế nào.

Do đó, điều quan trọng là nhân vật chính của bạn (và những nhân vật thứ chính khác) phải có một mục tiêu rõ ràng. Họ phải muốn làm hoặc cần hoàn thành điều gì đó ở cuối kịch bản và lý do họ muốn làm thế cũng cần rõ ràng. Đây chính là động cơ của nhân vật. Đó chính là lực đẩy cho kịch bản của bạn, tạo ra những điểm mấu chốt trong câu chuyện của bạn và buộc chúng lại với nhau. Động cơ là điều tạo nên kịch tính; nhân vật rơi vào mâu thuẫn và tại sao nhân vật đó lại tìm đến mâu thuẫn.

Động cơ của nhân vật tồn tại ở hai mức:

. Động cơ bên ngoài: con đường đi đến mục tiêu, nội dung chính của câu chuyện và quyết định cốt truyện của bạn. Điều này dễ nhìn thấy và bộc lộ qua hành động và rõ ràng thấy được thành công sẽ đến của nhân vật chính.

. Động cơ bên trong: tại sao nhân vật lại đi theo con đường đến với mục tiêu. Điều này quyết định sự phát triển của nhân vật và chủ đề. Điều này nằm ẩn bên trong và chỉ lộ ra trong lời thoại và thoại ẩn (subtext)

Đối với các kịch bản Drama, động cơ và mục tiêu bên ngoài là rất cần thiết. Nó là nền tảng cho toàn bộ kịch bản của bạn. Nếu không có điều gì cần hoàn thành ở cuối kịch bản, câu chuyện ở đâu ra? Động cơ của nhân vật phát triển xuyên suốt cấu trúc kịch bản được gọi là động cơ xuyên suốt, xem chương 10. Khám phá động cơ bên trong có thể cần, có thể không, dù nó không kém phần quan trọng; ngay cả khi có thể bạn không bộc lộ nó ra trên hình, bạn cần phải cẩn trọng với nó. Hãy hiểu rõ nhân vật!

Những nhà biên kịch trẻ sẽ sử dụng động cơ bên trong cho phần nhu cầu kịch tích, nhưng nhu cầu kịch tính thực chất lại là động cơ bên ngoài. Do đó, có nhiều kịch bản xuất hiện với những nhân vật mà mục tiêu trong kịch bản là “trở thành một người tốt hơn”, “tự đi tìm bản thân”, “tìm lại tình yêu”, vv. Nhưng những động cơ này không cụ thể, hoặc không đủ mạnh để tạo ra nhu cầu kịch tính thành công – đó là nhu cầu bên trong. Do đó, những nhu cầu bên trong thường hình thành nên chủ đề phim.

Hãy tự hỏi mình:

. Nhân vật của tôi muốn và khao khát điều gì?

. Tại sao? Lý do họ biết và lý do vô thức của họ?

. Tại sao họ quyết tâm đạt được cái mình muốn?

. Điều này thay đổi trong toàn bộ quá trình phát triển câu chuyện như thế nào?

. Họ có thể mất gì? (cược gì?) nếu họ không đạt được mục tiêu, thất bại trong cuộc hành trình hoặc nhiệm vụ? Nếu câu trả lời là ‘không nhiều’, câu chuyện nằm ở đâu và lí do ngồi xem? Thất bại là nền tảng của bi kịch.

Ví dụ, mở đầu phim *Glengarry Glen Ross*, các nhân vật được đặt trước một thử thách. Người đứng đầu sẽ được một chiếc Cadillac Eldorado, người kế sau được một bộ dao kéo đắt tiền và người kém nhất… bị đuổi việc (lưu ý sự kết hợp số 3 thần kỳ ở trang….)

Hiểu rõ nhân vật của bạn (a) có một mục tiêu đủ mạnh (động cơ bên ngoài) để thôi thúc họ đi hết mạch chuyện và chống lại những xung động lớn lao, đôi khi nguy hiểm đến tính mạng và (b) họ sợ thất bại (không hoàn thành được mục tiêu, đạt được nhu cầu) đến mức sẵn sàng lao mình vào xung đột và đối đầu, khi đó bạn có thể hiểu sâu hơn về nhân vật của mình. Nếu bạn không trả lời được các câu hỏi ở trên, hãy quay trở lại và nghĩ lại về câu chuyện của mình.

Dưới đây là một vài nguyên tắc quan trọng áp dụng cho mục tiêu của nhân vật trong kịch bản:

- Nhân vật chính diện và phản diện phải có cùng chung mục tiêu hoặc hai khía cạnh của cùng một mục tiêu (ví dụ, trong *Witness*, Paul Shaeffer muốn giết John Book, Book muốn sống sót). Mặc dù, câu chuyện của bạn nên tránh có hai mục tiêu quá khác biệt, nhưng thường thì điều này khó tránh được bởi vì mục tiêu của cốt truyện chính – được coi là cơ sở của hành động - sẽ không giống như mục tiêu của cốt truyện phụ - cơ sở của mối quan hệ. Tuy nhiên, cốt truyện chính của bạn phải đứng bật hẳn lên và tách biệt.
  Trong *Witness*, cốt truyện phụ là để một người phụ nữ (hoặc nam giới) hình thành một mối quan hệ. Điều này khác với mục đích John Book muốn vượt qua Paul Shaeffer. Để hai mục tiêu này tách biệt, không liên hệ với nhau sẽ làm giảm tác động ở phần cuối chuyện, vì vậy phải tìm ra cách để gắn kết chúng lại, hoà thành một mục tiêu. Thường thì người ta sẽ biết một trong các mục tiêu biến thàng bước đệm để đạt được mục tiêu khác.
  Witness đã kết hợp hai mục tiêu rất tốt, không chỉ về mặt hành động mà cả về chủ đề. John Book nhanh chóng hạ gục 3 đối thủ ở cuối phim, nhưng anh ta phải hạ súng và mạo hiểm mạng sống của mình vì Rachel. Anh ta phải vượt qua giai đoạn hi sinh bản thân (mức phát triển áp chót) để đi đến giai đoạn cuối cùng. Sự hi sinh này khiến anh ta có được sức mạnh của cộng đồng – mạnh hơn sức mạnh cá thể - để chứng kiến hành động của Shaeffer và tước đi quyền lực của hắn dù hắn có súng. Book phát hiện ra sức mạnh thực sự trong thế giới mà ta đang xem, mục tiêu của cốt chuyện chính và phụ đều được gắn kết và hoà quyện.
  Một trong những điều khiến thể loại phim "đồng hành" hoặc phim hành trình hấp dẫn chúng ta khi xem đó là nhìn thấy 1 bộ đôi nhân vật xung khắc bị buộc phải chia sẻ cùng mục tiêu (*Training Day, Thelma and Louise, Lethal Weapon* và cả *Fight Club*), nhưng điều quan trọng nhất tôi muốn các bạn cân nhắc ở đây là :
- Mục tiêu không thể bị chia sẻ; chỉ có 1 người chiến thắng.
- Mục tiêu phải đủ mạnh (trong bối cảnh câu chuyện) để làm phát sinh nhu cầu và nhu cầu cần phải được phát sinh bởi một động cơ mạnh tương đương; để khiến khán giả thực sự tin rằng nhân vật đang tha thiết muốn đạt được mục tiêu đó đến mức nhân vật sẵn sàng vượt qua tất cả các cản trở nằm trên đường tiến đến mục tiêu.

- Nhu cầu của nhân vật chính (đối với mục tiêu) phải mạnh ngang với nhu cầu của nhân vật phản diện (hai bên ngăn trở nhau đạt được mục tiêu) khi đó cả hai cuối cùng bị buộc phải đối đầu với nhau.
- Sức mạnh của nhân vật được đo bằng sức mạnh hoặc độ to lớn của vận cản mà họ phải đối mặt. (Độ khó khăn, cản trở hoặc lực cản phải ngang bằng với sức mạnh của nhu cầu, mục tiêu hoặc ý định kịch tính trong kịch bản)

Mặc dù 5 nguyên tắc trên rất rõ ràng và logic, thế nhưng đáng ngạc nhiên ở chỗ rất hiếm các nhà biên kịch (mới vào nghề và dân chuyên nghiệp) chú ý đến chúng. Bỏ qua hoặc thay đổi chúng và kịch bản sẽ đối mặt với vô vàn khó khăn.

Mâu thuẫn và nhân vật

Yếu tố quan trọng nhất của một kịch bản là nhân vật, và nhân tố quan trọng nhất của nhân vật là động cơ. Tuy nhiên, nhân vật và động cơ không được hiểu 1 cách tách biệt. Bạn cần một đối trọng thứ ba để cân bằng: để hiểu được mối quan hệ cùng với mâu thuẫn.

Một nhân vật cần được thôi thúc để đối mặt với một mâu thuẫn đặc biệt nào đó. Hãy mở từ điển để xem định nghĩa của từ mâu thuẫn?

- Một sự va chạm, bất đồng rõ nét (giữa những ý tưởng, mối quan tâm, con người khác biệt)
- (nỗi khổ gây ra bởi) vật lộn về tinh thần, kết quả của những xung khắc
- sự đối đầu thù địch (một trận chiến, trận đánh)
- ở hai vị trí đối lập (người này với người khác); bất đồng

Người ta nói mâu thuẫn là điều cốt yếu của kịch; dĩ nhiên trong cuộc sống, đó là điều mà chúng ta luôn tránh. Là một nhà biên kịch, bạn không thể tránh mâu thuẫn. Đối với bạn, mâu thuẫn chính là điều cần tìm kiếm, và lao tới nó; khi tìm ra nó, hãy lôi nó ra, tạo hình, thêu dệt và đào sâu nó. Bạn không thể chạy trốn khỏi nó. Bạn không thể viết một kịch bản mà không có nó.

Nhân vật của bạn có thể có một mục tiêu hoặc động cơ bên ngoài và thận chí động cơ bên trong, nhưng nếu không có mâu thuẫn sẽ không có kịch. Đối mặt với khó khăn và lực cản và cách nhân vật hành động, phản ứng khác nhau để vượt qua chính là điều ta thấy ở sự phát triển của nhân vật. Do đó:

Mâu thuẫn gia tăng khi một Nhu cầu/Ý định/Mục tiêu (động cơ bên ngoài) gặp một vật cản.

Những kiểu/loại mâu thuẫn

Bạn nghĩ có bao nhiêu kiểu/loại mâu thuẫn? Hai?

- Mâu thuẫn bên ngoài: bất cứ thứ gì chặn trên đường nhân vật tiến tới mục tiêu.
- Mâu thuẫn bên trong: bất cứ thứ gì ngăn cản nhân vật trong sự phát triển bên trong và giá trị bản thân (hoặc điều họ tự cảm nhận) trong khi theo đuổi mục tiêu và con người được chọn để tiến tới mục tiêu.

SAI. Nhà biên kịch được phép chọn 1 trong 3 loại sau:

- Cá nhân chống lại cá nhân (bên ngoài): mâu thuẫn cá nhân với nhân vật khác, khác biệt về mục tiêu hoặc ý định đối lập
- Cá nhân chống lại môi trường (bên ngoài): mâu thuẫn với tự nhiên (những bộ phim về thảm hoạ thiên tai: *Twister, Airport, Armageddon, Towering inferno*); với xã hội (*Witness, The truman show*); một nhóm hoặc một hệ thống (quan liêu, chính phủ, gia đình,vv.) (*An officer and a gentlemen, Gattaca, My big fat greek wedding*); giá trị (*Witness*) hoặc một điều gì đó siêu nhiên, mang tính vũ trụ, một lực lượng vô hình (Chúa, ác quỷ, thời gian ví dụ: *Ghostbusters, The Exorcist, Independence Day, Back to the future, Groundhog day, The Others, Clockstoppers*)
- Cá nhân tự chống lại mình (bên trong): mâu thẫu bên trong nhân vật từ chính điều mà họ không ý thức được, đối mặt hoặc vượt qua; có lẽ họ không hiểu rõ về mình, về hành động và mục tiêu của mình (*A beautiful mind* là một ví dụ điển hình.)

Những nguyên tắc của mâu thuẫn

Trong khi viết kịch bản, có nhiều nguyên tắc quan trọng cần áp dụng:

- Những mâu thuẫn bên ngoài cần phải được hiển thị trong mối quan hệ giữa các nhân vật (do đó việc thiết kế vai diễn rất quan trọng)
- Những mâu thuẫn bên trong cần phải được đưa ra ngoài bằng những bộc lộ trên phương diện thể chất hoặc mâu thuẫn cá nhân hoặc bằng cách để khán giả tự tưởng tượng ra sự rối loạn (nhưng điều này phụ thuộc vào manh mối và thông tin mà bạn đã cẩn thận cài đặt từ trước đó trong kịch bản)

Michael Hauge đã lưu ý rằng mâu thuẫn bên trong nhân vật chính được thể biện bằng nhân vật phản diện hoặc nhân vật liền kề; được chỉ ra bằng gương soi, và tình ái lãng mạn là phần thưởng của việc vượt qua khó khăn; do đó nhân vật chính đạt được sự phát triển.

Là một nhà biên kịch, bạn sẽ thường xuyên bắt đầu kịch bản bằng những mâu thuẫn bên ngoài. Nếu bạn có những mâu thuẫn bên ngoài vững chắc và rõ ràng để tạo thành cấu trúc sườn cho các yếu tố khác bám vào, khi đó bạn có thể bắt đầu với mâu thuẫn bên trong và bạn sẽ khiến mọi thứ trở nên rất đáng tin. Hãy giữ trong đầu, bạn giới thiệu mâu thuẫn trong kịch bản càng sớm, câu chuyện của bạn sẽ càng mạnh.

- Hãy xem các cảnh trong những bộ phim ưa thích của bạn
- Phân tích những cảnh đó và những hành động liên quan đến những nguyên tắc của mâu thuẫn và mục tiêu.

- Nghĩ về những bộ phim dở tệ bạn đã từng xem và phân tích chúng.

Những lực cản

Những lực cản mà nhân vật chính của bạn phải đối mặt có thể ở các dạng dưới đây:

- Tự nhiên: ví dụ các phim *Indiana Jones* và *Batman*, gồm cả những lực cản của thiên nhiên (*The mosquito, Coast, Earthquake, City slickeý, The Beach, Lord of the flies, While squall, Cliffhanger, Twister*), môi trường (*City of Joy, Panic room, Die Hard*) và khoảng cách (*Sleepless in Seattle, Saving Private Ryan*.)
- Các nhân vật khác: ví dụ: *Indiana Jones, Batman, Heat, City Slickers, Thelma and Louise, Seven, Dead ringers, Hamlet, Die hard, Spiderman, Election, Titanic, Saving Private Ryan, The Skulls*
- tinh thần: *Field of dreams* (hình ảnh về bố của Ray), *When Harry met Sally* (họ cùng chung quan điểm rằng bạn bè không thể hoặc không nên trở thành người yêu), *Birdy, Hamlet, Cliffhanger, Good Will Hunting, A beautiful mind*
- văn hoá: ví dụ: *City Slickers, Ghandi, Malcom X, Priest, Rob Roy* và *The Braveheart* (một hệ thống là hiện thân của nền văn hoá khác Anh), *Pleasantville, Titanic, The Skulls, The Crying game, Singin' in the rain* (mở đầu phim có tiếng)
- siêu nhiên: ví dụ: *Ghost, Halloween, Dracula, The shining, Flatliners, Independence Day, The sixth sense, The Exorcist, The blair witch project, The Others*)
- Thời gian (đồng hồ thời gian hoặc giới hạn thời gian hoàn thành nhiệm vụ) ví dụ: *48 hours, Scent of a woman, High Noon, Apollo 13, 13 days, 24* (TV series), *Minority Report, Don Juan De Marco, Don't say a word, Around the world in 80 days, Seven, Nick of time* và dĩ nhiên là cả thời gian tự nhiên: *Ground hog Day, Back to the future, The Time Machine, Clock stoppers.*

Cuối cùng, dĩ nhiên vật cản mạnh mẽ và có hiệu quả nhất chính là đối lập về mục đích: một ai đó muốn ngăn bạn đạt được điều bạn muốn. Ý định của bạn và của họ không thể tránh khỏi va chạm và va chạm nảy sinh mâu thuẫn.

Xem một bộ phim ưa thích và điền vào bảng dưới đây động cơ nhân vật:

	Mục tiêu/Động cơ bên ngoài	Mâu thuẫn bên ngoài	Động cơ bên trong	Mâu thuẫn bên trong
Nhân vật nam/nữ chính				
Phe đối lập				
Gương soi				

Lãng mạn				

Hình 6.1 bảng động cơ nhân vật

Hãy vẽ ra một bảng tương tự với các nhân vật trong câu chuyện của bạn

Chúng ta sẽ quay lại với động cơ nhân vật ở chương 10

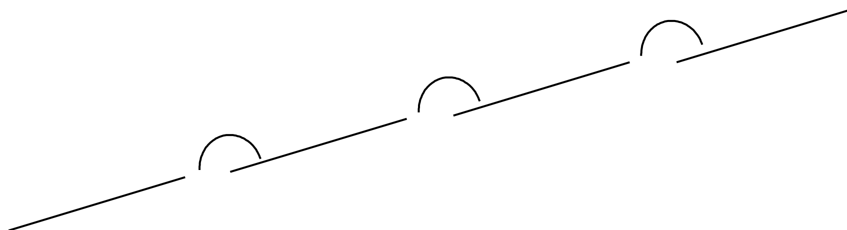
Phát triển mâu thuẫn

Trong sự phát triển toàn diện của kịch bản, phần quan trọng đó là mỗi mâu thuẫn gặp phải, mỗi lực cản phải đối mặt càng về sau càng lớn hơn. Do đó, mức độ quyết tâm đối mặt ngày một mạnh mẽ hơn: có điều gì đó khiến nhân vật chính sợ hãi, một mối đe doạ về vật chất (bị hại hoặc mất tài sản gì đó) hoặc cảm xúc (mất mặt, xấu hổ). Mỗi bước tiếp theo, mức độ càng nâng lên một chút với mạo hiểm tăng thêm (Chương 10). Bộ phim *Toy Story* có rất nhiều ví dụ minh họa, kể cả trong cùng 1 cảnh.

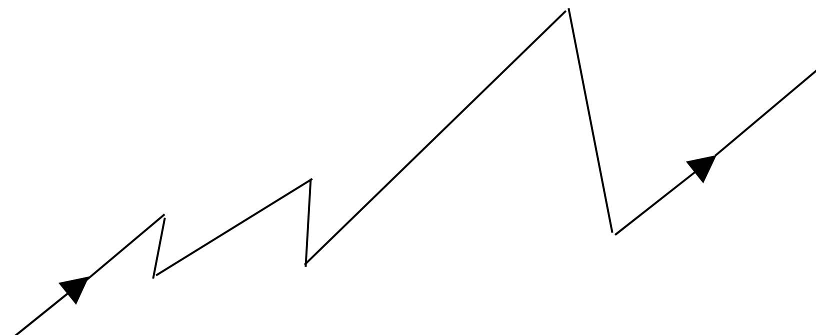
Điều này dẫn tới 1 nguyên tắc quan trọng:

- Mỗi một lực cản phải khác lực cản trước (vật chất, cảm xúc, tâm lý, vv.)
- Mỗi lực cản hoặc ý định đối đầu phải mạnh hơn và khó khăn hơn cái trước (khi đó giật lùi (setback) hoặc thất bại mới mạnh mẽ hơn và cần có sự hồi phục, cần thêm nghị lực)

Kiểu phát triển mâu thuẫn thế này sẽ khiến khán giả đoán trước được và thấy nhàm chán:



Để tạo ra được độ kịch tính nhiều nhất có thể trong mỗi mâu thuẫn, bạn cần cả mâu thuẫn (dẫn tới cao trào) và giật lùi (set back). Đối với kịch bản phim truyện, có ít nhất 3 set back.



Mâu thuẫn

Set back

Chú ý mức độ của set back trên hình
Đoạn cao trào không nhất thiết là hành động thể chất cao trào cụ thể, nó có thể là cao trào cảm xúc (*Field of Dreams, The Truman Show, Sleepless in Seattle*, và nhiều phim Châu âu khác – *Amélie, Life is beautiful, Cinema Paradiso*)

Giờ hãy thử vẽ ra sơ đồ mâu thuẫn, lực cản và set back của bạn đối với sự phát triển trong trong kịch bản của bạn
Tự hỏi mình những câu sau:

- Lực cản nào cản đường nhân vật chính của tôi? Nên nhớ đó phải là những vật cản cụ thể (các nhân vật khác, môi trường), những lực cản bên trong hoặc lực cản siêu nhiên, văn hoá, vv.
- Tại sao chúng xen vào con đường của nhân vật chính?
- Những lực cản này sẵn sàng làm gì để ngăn trở nhân vật chính hoàn thành mục tiêu?
- Liệu lực cản sau có lớn hơn lực cản trước? Như thế nào? Tại sao?

Chúng ta quay lại với mâu thuẫn và động cơ nhân vật - động cơ của những kẻ đối nghịch với nhân vật chính.

Nhận xét cuối cùng
Là một nhà biên kịch, nhiệm vụ cốt yếu của bạn – thử thách khó khăn nhất – là tạo ra sự chân thực về mặt cảm xúc trên trang giấy. Chìa khoá chính là nhân vật và động cơ.

Bao lần bạn ngồi xem thứ gì đó là tự hỏi nhân vật chính đang làm cái quái gì thế và tại sao? Là một khán giả, chúng ta luôn cần biết rằng có một lý do hợp lý khiến nhân vật hành động và lý do đó đủ mạnh để đưa nhân vật vào mâu thuẫn. Luôn có tính anh hùng trong mỗi nhân vật chính, người sẵn sàng bất chấp tất cả, luôn khiến chúng ta thấy xúc động … khiến chúng ta tin.
Tính chân thực của cảm xúc đến từ những sự việc có động cơ mạnh và có dấu ấn cá nhân thôi thúc nhân vật (lưỡng lự) quyết lao vào mâu thuẫn và nguy hiểm, khiến khán giả hoà mình vào nhân vật vì họ đang gặp nguy; một cảnh không có mâu thuẫn nghĩa là có rất ít hoặc không có tí cảm xúc nào và cũng không có chỗ cho sự hoà mình của khán giả.

Ví dụ, *Tootsie* đem đến cảm xúc chân thực không phải vì nó tương tự cuộc sống thực mà nó khiến ta tin rằng Michael dám đương đầu với thử thách khó khăn vì nhu cầu cảm xúc bên trong anh ta (động cơ bên trong). Ở một điểm nào đó trong *Field of the Dream*, nhân vật chính Ray đi ngược lại thời gian. Rõ ràng đây là điều không thể, những cảm xúc lôi cuốn của bộ phim đã đưa đẩy khiến chúng ta tin rằng, một lúc nào đó, điều này có thể xảy ra. Đó chính là sự tin của khán giả -

vào nhân vật và câu chuyện của họ. (lưu ý: thể loại phim này được gọi là Phép màu hiện thực)

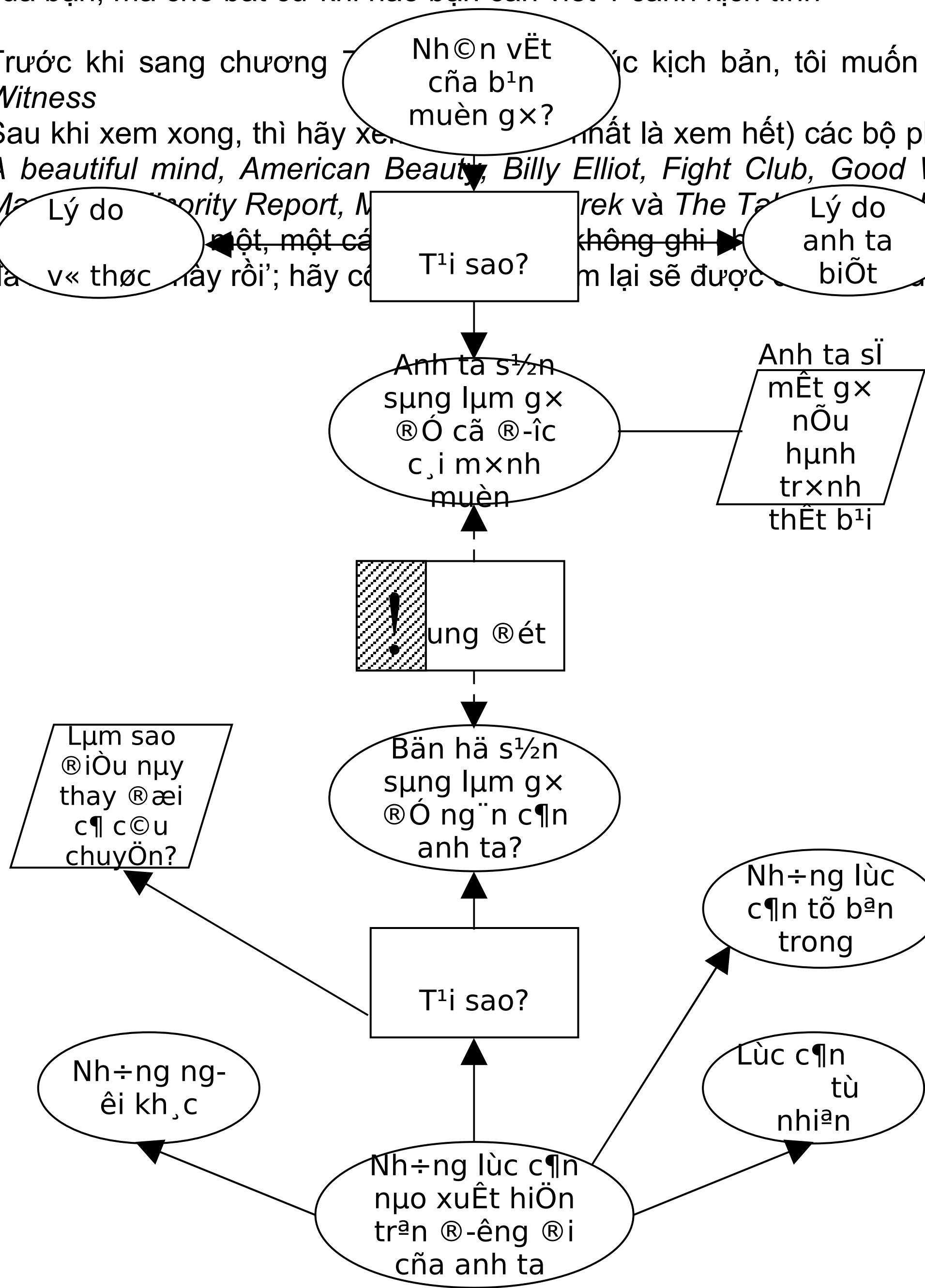
Để tạo ra tính chân thực của cảm xúc trong một cảnh và trong kịch bản của bạn, bạn cần xây dựng những nhân vật có thể tin được qua trải nghiệm xung đột, và làm một cách kinh tế, súc tích kịch tích. Nghĩa là:

Chỉ thể hiện ra những gì thật cần thiết – và không thêm gì nữa!

Thể hiện thêm nữa sẽ làm mờ nhạt đi mâu thuẫn và tính chân thực cảm xúc mà bạn đang cố tạo ra. Gia vị quan trọng khác đó là việc khán giả hoàn toàn hoà mình vào hoàn cảnh khó khăn và những vấn đề của nhân vật – vai trò quan trọng của sự hoà mình.

Đây là sơ đồ mà bạn có thể sử dụng, không chỉ để lên kế hoạch cho kịch bản của bạn, mà cho bất cứ khi nào bạn cần viết 1 cảnh kịch tính

Trước khi sang chương T úc kịch bản, tôi muốn bạn xem lại *Witness*
Sau khi xem xong, thì hãy xe nhất là xem hết) các bộ phim sau đây: *A beautiful mind, American Beaut, Billy Elliot, Fight Club, Good Will Hunting, Ma inority Report, M rek* và *The Ta Ripley*.
X một, một cá không ghi ừng nói 'tôi đã hay rồi'; hãy c m lại sẽ được ng đáng.



Hình 6.4 sơ đồ động cơ nhân vật (Nguồn: *Jurgen Wolff*)

07
Cấu trúc

Trong chương này các bạn sẽ học:
Về cấu trúc 3 hồi cổ điển trong hầu hết các kịch bản và các điểm nhấn khác nhau làm cơ sở để câu chuyện của bạn trở thành một tổng thể kiến trúc: cú hích, sự kiện hấp dẫn, những bước ngoặt khác nhau, và những cảnh tập trung, điểm không thể quay lại, và cao trào cuối cùng - một sơ đồ để kiến tạo thành công 1 kịch bản

Cấu trúc 3 hồi kinh điển

> Mánh ở đây là gì? Một câu chuyện hay thu hút sự chú ý của bạn, nhân vật hay và chân thực. Nếu hai tiêu chí này đạt chuẩn, thì bạn nằm trong 0.5% nhóm kịch bản dạng top. Khi đó, bạn đã có một cấu trúc chuẩn.
>
> *Tim Bevan*
> Working Titles Films

Khi nhìn vào một kịch bản, theo bản năng bạn sẽ biết khi nào thì mọi thứ rơi tuột xuống. Với một kịch bản phim điện ảnh, nếu hồi 1 dưới 20 trang, thì bạn biết sắp có vấn đề rồi đấy. Đó là lí do bạn phải đi ngược lại và xem xét lại cấu trúc. Bởi vì chẳng có gì thực sự hiệu quả, dù bạn có là người đi tiên phong trong kịch bản của mình đi nữa, thì bạn vẫn phải bám vào cấu trúc đó. Và khi phải đọc 1 lượng lớn kịch bản, cấu trúc đó là điều đầu tiên bạn nhìn vào.

[Một Người Đọc thẩm định kịch bản]

Sau khi đã quyết định ý tưởng của mình, suy nghĩ xuyên suốt khái niệm chuyện, đi từ khái quát vào cụ thể. Phân chia đầu tiên là chia ra ba hồi: 1, 2, 3; việc phân chia tiếp theo là mở, thân, kết cho từng hồi; sau đó chúng ta sẽ có thể chia nhỏ từng phần trong chuỗi cảnh, từng cảnh và cuối cùng là hành động và thoại. Nhưng để tạo ra một kịch bản thì ngay bước đầu việc xác định phân chia như thế nào là rất cần thiết. Cũng giống như viết các con số - cứ mở rộng dần. Kịch bản cũng được cấu trúc tương tự như vậy. Tại sao lại thế?

Có hai kiểu viết kịch bản nghèo nàn: cấu trúc ẩu (viết chính xác như những gì xảy ra trong cuộc sống, kịch bản kiểu này rất nhàm chán – y hệt đời thực) và cấu trúc quá kỹ (tất cả các loại: cốt truyện quá phức tạp, nhiều hiệu ứng đặc biệt, vv. nhưng không có câu chuyện hoặc nội dung chủ đề). Bạn đang đối mặt với những sự việc thật kịch tích, tìm kiếm những khỏanh khắc kịch tích có thể đẩy câu chuyện lên, tạo dựng một trải nghiệm cảm xúc cho khán giả và đẩy tình huống lên đỉnh điểm.

> Một kịch bản là một bản phác thảo cho bộ phim hòanh chỉnh, nó chỉ ra đường đi. Quan trọng hơn cả, nó vạch ra cấu trúc, một cái xương sống mà bạn có thể treo vào đó hình ảnh và lời thoại. Nhiệm vụ của nhà biên kịch là đưa ra bản phác thảo.
>
> *Howard Schuma,*
> Biên kịch: Rock Follies, Selling Hitler

Hướng dẫn viết cấu trúc kịch bản đã được phát triển và định hình từ những ngày đầu ra đời điện ảnh và người đầu tiên hệ thống lại đó là Syd Field. Khi nhìn vào khuôn mẫu cấu trúc 3 hồi phổ biến, có lẽ hơi quá mạnh miệng nếu cho rằng hầu hết các phim đều đi theo mẫu này, nhưng phải có đến 90% (đặc biệt là dòng phim Hollywood) thậm chí là còn hơn nữa. Hãy thử nghiệm bằng cách chọn ra một phim bất kỳ chiếu trên TV hoặc từ một cửa hàng băng video và xem cùng với sơ đồ ở trang sau. Bạn có thấy khớp không?

Lưu ý quan trọng: Bạn không nên coi cấu trúc là những nguyên tắc cứng nhắc mà bắt buộc bạn phải đi theo bằng mọi giá. Đây là một ý tưởng mơ hồ, thiên về logic và mong ước hướng thiện muôn đời của chúng ta, cách kể chuyện được cấu trúc tốt: chuyện hay, kể hay.

Có lẽ điều quan trọng nhất để giữ trong đầu cấu trúc tốt đó là: bạn nên đạt đến một ngưỡng mà khi viết, không cần phải dùng đến ý thức. Cấu trúc phải là yếu tố bẩm sinh trong cách kể chuyện của bạn và là bản năng thứ hai khi bạn viết.

> Thật là một sai lầm nếu cứ bám vào các con số. Viết một kịch bản không giống như đánh dấu chấm chấm hoặc đưa ra những con số đúng. Hãy để

câu chuyện tự kể theo ý của nó. Những “con số” bạn có được từ những khóa học hoặc trong các quyển sách khác nhau chỉ sử dụng để phát triển bản năng kể chuyện của bạn, để xác định khả năng phán đoán và trực giác của bạn rồi quên nó đi. Hãy học tất cả, rồi quẳng đi hết.

David Webb Peoples
Biên kịch: Unforgiven,Twelve monkey, Blade Runner

Hãy cùng xem xét:

- Một phim truyền hình (60 phút) sẽ được cắt giữa chừng cho những đoạn quảng cáo, thường là 3 phần trong 3 hồi.
- Vở kịch hoặc sitcom nửa giờ sẽ được chia thành 2 hồi (Chương 8)
- Trong phim phim điện ảnh, sự phân chia giữa các hồi không bị gián đoạn, nhưng nếu phân tích thì ta có thể tự thấy được (Nếu phim được chiếu trên TV, đoạn quảng cáo xen vào sẽ nằm ở cuối hồi một, giữa và cuối hồi 2)

Luôn nhớ tỉ lệ sau:

Hải 1 Mở	Hải 2 Thân	Hải 3 Kết
1/4	1/2	1/4

Do đó trong những bộ phim 120 phút, tỉ lệ phân chia sẽ là 30’/60’/30’.

Hãy bám theo quy tắc ở chương 2 về thời lượng đối với phim truyện nhựa: 1 trang kịch bản tương đương 1 phút trên hình. Vì thế kịch bản của bạn không được quá 120 trang (tối đa). Và việc phân chia hồi cũng tương đương 30 trang/60 trang/30 trang.

Chẳng có quy định nào ép buộc phải đi đúng theo tỷ lệ ¼ - ½ - ¼. Thực tế, bạn có thể xê dịch đôi chút với kịch bản 90 phút/90 trang (chia thành 20/60/10 phút), nhưng hiện tại chúng ta cứ bám vào kịch bản 120 phút

Hải 1 Trang 1-30	Hải 2 Trang 30-90	Hải 3 Trang 90-120
Thiết lập	Phát triển (Mâu thuẫn và đối đầu)	Giải quyết & Kết thúc

Khi đọc chương này hãy liên hệ với mô hình ở trang sau. Dù rằng nó không phải là công thức bảo đảm thành công cho bạn (chẳng có công thức nào bảo đảm thành công), nhưng ít ra nó giúp bạn cách tổ chức câu chuyện để khán giả nắm bắt và hiểu được bạn đang muốn kể cái gì.

Trước khi đi bước tiếp theo, tôi muốn các bạn xem 1 vài phim. Trước tiên, xem lại *Witness*, xem lại nhưng bộ phim tôi yêu cầu các bạn xem ở cuối chương 6: *My big fat greek wedding, The Truman Show, Erin Brockovich, Spider-man, Field of the Dream và Cruel Intentions*. Một lần nữa, hãy xem lại thật chăm chú, soi xét thật kỹ, không ghi chép gì cả.

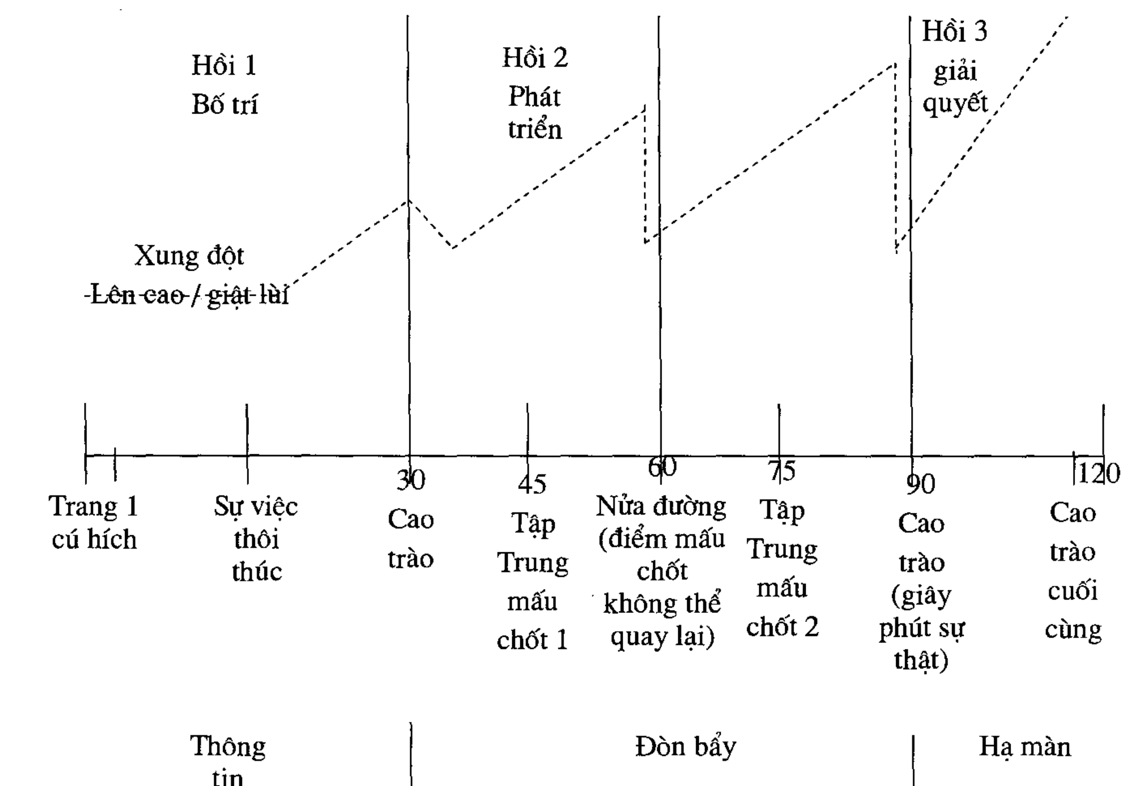
Cái gì bước vào ở mỗi hồi?
Xin nhắc lại: trong kịch bản của bạn, bạn tiến tới 1 mục tiêu - cảnh cao trào cuối cùng ở hồi 3 (không nhất thiết là cảnh cuối cùng). Từng đoạn mô tả, từng hình ảnh, câu thoại, chi tiết tính cách nhân vật, từng vật cản gặp phải, từng đoạn set-back giật lùi, và từng mâu thuẫn được giải quyết đều cần được đẩy đến cao trào cuối cùng nhằm đạt được hiệu quả cảm xúc mạnh nhất.

Chú ý: Chiến lược "viết ngược" bạn áp dụng cho toàn bộ kịch bản cũng cần được áp dụng cho từng Hồi. Trước khi viết một Hồi, bạn cần biết được đoạn kết (cao trào) của hồi đó; sau đó bắt đầu công việc từ dưới lên, hãy đảm bảo rằng mọi việc đều hướng về phần cuối.

1.1 Hồi 1 (tổng quan)

> Tôi đọc rất nhiều kịch bản tẻ nhạt với lối viết nghèo nàn, chỉ qua 10 trang đầu là tôi có thể biết kịch bản đó được dàn dựng đúng hay sai. Tôi cho các nhà biên kịch 30 trang để dựng lên câu chuyện: nếu sau 30 trang, họ không làm được việc đó, tôi sẽ chuyển sang kịch bản kế tiếp.
>
> *Syd Field*

Hồi 1 giới thiệu đến khán giả tất cả những yếu tố cấu thành nên câu chuyện: nhân vật chính, bối cảnh (những "quy tắc" về xã hội, tâm lý, môi trường); kiểu dạng (sự thật gai góc như: *Heat, Road to Perdition, Billy Elliot, Fight Club, Gangs of New York, Insomnia*; hoang đường như: *The Legend of Bagger Vance, Field of Dreams, The rookie*; u ám như: *American beauty, Hearts in Atlantis*; giai thoại như: *Waiting to Exhale, Don Juan De Marco*, siêu thực/kỳ quái như: *Pleasantville, Being John Malkovich*; cổ tích như: *Shrek, Edward Scissorhands, The Lord of the rings*; mưu mô/ranh mãnh như *Amélie*, vv.); cùng với các vấn đề khác; sự căng thẳng, tình cảm, khung thời gian (thực hay được kịch hóa) và khóa thời gian (một việc gì đó phải hòan thành trong một khỏang thời gian nhất định, ví dụ *High Noon*). *Không có yếu tố quan trọng nào được giới thiệu ở sau hồi 1* (và hầu hết đều được định hình ở những trang đầu của hồi 2)



Hình 7.3: Cấu trúc 3 hồi

Trong khoảng ngắn ngủi 30 trang (hồi 1), một loạt sự việc phải được thiết lập ra. Hãy cùng xem xét chúng trong khuôn khổ 10 trang:

1.2 Mười trang đầu

> Phần mở đầu nên dựng lên một cảnh "thót tim" cho kịch bản của bạn.
>
> *Alan Plater* – nhà biên kịch

10 trang đầu của bạn rất quan trọng. Tất cả Người đọc thẩm định đều nói với bạn rằng nếu kịch bản của bạn không thu hút họ ngay từ 10 trang đầu (có người chỉ là 5 trang), họ sẽ không tiếp tục đọc phần còn lại. Nếu những trang đầu tiên này đều có thể đoán được, họ sẽ cho rằng (có thể đúng hoặc sai), 100 trang còn lại cũng đoán được hết. Con người ta có thói quen thích nhanh chóng rút ra kết luận: sau khi đọc xong 5-10 trang, Người đọc thẩm định có thể tự nói với mình rằng "đây là một kịch bản hay" hoặc "đây là 1 kịch bản dở tệ". Nếu họ đọc kịch bản với thái độ tích cực, thì có vẻ như là phần nhận xét cuối cùng của họ về kịch bản cũng tích cực. Vì thế ngay từ 10 trang đầu, bạn phải thể hiện được kỹ năng của mình. Những kỹ năng đó cần phải độc nhất, thú vị (hoặc hài hước) và hơn cả là thu hút được sự quan tâm của Người đọc và khiến họ muốn đọc hết phần còn lại.

Điều gây ra tò mò ở một kịch bản hay đó là khi bạn có thể hòa mình vào nó ngay từ 10 trang đầu. Một trong những điều mấu chốt của cảnh mở đầu đó là sự xuất hiện của nhân vật chính. Để có một cảnh mở đầu lấy lòng khán giả, không nhất thiết là màn nghẹt thở, nên đi theo một chiều hướng tinh tế; nhưng là một cái gì đó mà tôi cảm thấy khác lạ, chưa từng được thấy bao giờ. Nhưng cũng đừng phô bày tất cả ở ngay 5 trang đầu. Hãy làm sao để tôi muốn dở từng trang.

Norma Heyman
Nhà sản xuất: *Dangerous Liaisons, The Honorary Consul, Carrington, Gangster No. 1*

Trong 10 trang này, bạn phải dựng lên khung cảnh:

- Các nhân vật chính của bạn là ai, và đặc biệt là nhân vật trung tâm (một ngôi sao)
- Câu chuyện nói về cái gì
- Tình huống kịch tích xoay quanh câu chuyện
- Thể loại phim bạn làm

Bạn cần để nhân vật trung tâm trong một bối cảnh quen thuộc và tự nhiên với họ, trước khi có những sự thay đổi xảy đến với họ trong câu chuyện. (Trong kịch bản phim truyền hình, việc này thậm chí còn được thắt chặt hơn: 2-3 phút đầu rất quan trọng, do đó chỉ trong 5 trang đầu đã mang tính quyết định: được ăn cả, ngã về không)

1.3 Mở đầu.
Điều đầu tiên Người đọc thẩm định nhìn vào kịch bản đó là một cú hích (hook) - một điều gì đó thu hút sự chú ý của khán giả, kéo họ đi xuyên suốt câu chuyện và khiến họ muốn xem hoặc đọc. Tốt nhất là nó nên xuất hiện ở trang thứ 3 hoặc thứ 5.

Một cuộc đối đầu hoành tráng giữa 2 nhân vật luôn là một cú hích đối với khán giả. Trong kịch bản *Maverick* của William Goldman, chúng ta thấy Bert Maverick đứng trên lưng ngựa, tay bị buộc sau lưng, dây thòng lọng ở cổ - buộc trên một cành cây. Con ngựa đang chầm chậm tiến về phía trước, anh ta sắp bị treo cổ… từ từ. Sau đó kẻ xấu ném một cái túi xuống chân con ngựa, con rắn bò ra, làm con ngựa hoảng hốt và điên cuồng chạy về phía trước. Căng thẳng – đây chính là lúc anh ta bị treo cổ. Nhưng chúng ta biết rằng không phải vậy bởi vì Bret đang là người kể chuyện (giọng thuyết minh). Câu thoại đầu tiên của anh ta là: “Đúng là một tuần khốn nạn. Tất cả bắt đầu khi …”. Chúng ta biết rằng mình sắp theo dõi cuộc hành trình của anh ta (nhân vật trung tâm). Vậy làm sao để anh ta thoát được? Chúng ta không thể biết được cho đến đoạn sau của kịch bản, nhưng ít ra chúng ta đã bị kích thích và muốn xem làm sao anh ta thoát được. Như vậy chúng ta đã bị dính một cú hích.

Một cú hích không nhất thiết là một cụ đập trời giáng vỡ đầu (như trong vụ trộm ban ngày táo bạo của phim *Heat*, khẩu súng trong miệng Jack ở phim *Fight*

Club, vụ đâm xe bất ngờ trong *Erin Brockovich*, hay vụ nổ tưng bừng trong *Star wars, Episode II: attacks of the clones*). Nó có thể rất nhẹ nhàng tinh tế như một hình ảnh bị bắt giữ (hình ảnh ngược trong phim *Memento*) hoặc do lời thoại đưa đẩy ("Giá mà tôi có thể quay lại…" trong phim *The Talented Mr. Ripley*; "Mình là ai?..." trong *Spider man*) hoặc kích thích trí tò mò (tập trung vào cuốn nhật ký bọc da trong *Cruel Intention*, bài toán khó được một cậu dọn vệ sinh giải được trong *Good Will Hunting*). Cũng có thể quyến rũ (những chiếc ôtô lao đến *Gosford Park*, kéo chúng ta vào trong, khơi gợi sự mong đợi) hoặc gây tò mò (ánh sáng đột nhiên biến mất trên bầu trời trong *The Truman Show*, tay chơi piano điêu luyện *Tom Ripley*, thực sự chỉ là một người phục vụ nhà vệ sinh) hoặc bí ẩn (cảnh "sát nhân" mở màn trong *Minority Report*, một cái xác trôi trên biển trong *The Bourne Identity*, giọng nói trẻ em vang vọng từ xa trong *Signs*). Cũng có thể báo hiệu một điềm xấu (giọt máu biến thành kỹ thuật nấu ăn hiện đại trong *American Psycho*) hoặc tinh nghịch (*Shrek, Amélie, Monster Inc*.) và hài hước (*My Big Fat Greek Wedding*).

Mở màn của Hitchcock trong phim *Strangers on a train* là một ví dụ tuyệt vời cho những cú hích : đầu tiên, tiếng còi tàu chói tai, tiếp theo là cảnh máy quay đi theo bàn chân đang bước đi, loại giày hai mầu – người đó là ai? Anh ta đi đâu? – và lúc chúng ta lần đầu tiên thấy toàn bộ thân hình anh ta, chúng ta đã dính cú hích. Đối với một số nam giới ở một độ tuổi nào đó, cú hích đáng nhớ nhất có lẽ là đoạn credit mở đầu của phim *Barbarella*.

Cách để có được một cú hích hiệu quả đó là khiến những con người bình thường làm những điều không bình thường, hoặc những người không bình thường làm điều bình thường, hoặc đưa ra câu hỏi nào đó, hoặc đưa ra một điều gì đó hứa hẹn có gì đó hay ho sẽ xảy ra.

Đối với nhà biên kịch, tìm được cảnh mở đầu thực sự cho kịch bản của mình (điểm vào) thường rất khó. Hầu hết các cảnh mở đầu là nhân vật, nhiều hơn là dựa vào cốt truyện. Thông thường, điểm vào sẽ cho bạn thấy nhân vật trung tâm đang ở một điểm nào đó khủng hoảng trong cuộc sống, một tình thế nan giải hoặc một quyết định đối mặt với cuộc sống, một hướng đi hoặc tương lai: Peter Parker, một cậu thanh niên mới lớn, mồ côi cha mẹ, không thể có được cô gái mình yêu (*Spider man*); *Erin Brockovich* đấu tranh vì bản thân và gia đình, phải chịu nhiều đoạn set back giật lùi; John Nash, một anh chàng "cá trên cạn" trong môi trường mới ở đại học (*A Beautiful Mind*); Pastor Graham vật lộn với cảnh gà trống nuôi con và mất niềm tin sau cái chết của vợ (*Signs*); Toula lôi thôi trong tình cảnh ế chồng (*My Big Fat Greek Wedding*)

Một trong các yếu tố quyết định mở đầu ở đâu có thể lộ ra khi bạn làm việc với tiểu sử và câu chuyện nền (quá khứ) của nhân vật. Dù bạn quyết định như thế nào, bạn cũng nên mở đầu ở *giây phút cuối cùng có thể*, thường là trước điểm rơi của phần thông tin quan trọng chúng ta cần biết.

Cuối cùng, một mẹo nhỏ: nếu bạn có một loạt nhân vật cần giới thiệu nhanh, cách thông dụng là cho một người xuất hiện vào trong nhóm và được giới thiệu với những người khác, giống như Danny Witwer trong phần mở đầu của *Minority Report*.

1.4 Câu thoại then chốt

Ở đâu đó giữa trang 3 và 5 bạn cần đưa ra một câu hỏi mà bạn – nhà biên kịch – đang hỏi chính kịch bản của mình, vấn đề (cá nhân hoặc chung chung) bạn đang phải đối đầu, phải khám phá và tự giải quyết – nó cho thấy kịch bản nói về điều gì và lí do bạn cần viết kịch bản này. Nó liên quan đến chủ đề. Vấn để được thể hiện trong câu thoại then chốt: được nói ra bởi một nhân vật và cho khán giả chút manh mối rằng điều gì sẽ được khám phá trong kịch bản của bạn. Ví dụ:

"Tôi là một phần của cái gì đó. Tôi thuộc về…" (*Goodfellas)*
"Con cần tự hào khi là một người Hy Lạp" (*My Big Fat Greek Wedding*)
"Nếu không hét, chúng ta chẳng có sức mạnh" (*Monster Inc*.)
"Hãy tự ủng hộ chính mình. Đừng nhìn ta, hãy nhìn về phía trước" (*Billy Elliot*)
"Bạn có cả một quá khứ cần đốt đi" (*Sunshine State*)
"Nghĩ đến chuyện bay hôm nay à?" (giọng của phát thanh viên radio trong *The Truman Show*)
"Hãy cẩn thận với lũ người Anh ngoài kia" (*Witness*)

Câu thoại trong *Witness* gợi ra một sự thật mấu chốt của phim: có một đường ranh giới giữa hai thế giới và vượt qua đó là vô cùng nguy hiểm.

Đôi khi câu thoại then chốt được nhắc lại cho tới cuối bộ phim (có những lúc đúng từng từ từng chữ), nhưng có chút thay đổi về ý nghĩa (như trong *Witness*) - bạn có thể giải thích về sự thay đổi đó và tại sao?

Không nhất thiết là cần có câu thoại then chốt (nhưng rất có ích) và cần phải cài vào ở quanh trang 3, nhưng nó giúp khán giả hiểu được bối cảnh câu chuyện của bạn hoặc có cơ sở để nắm được những tiêu chuẩn trong thế giới câu chuyện của bạn.

Xem phần mở đầu của *Spider-man, Erin Brockovich và Chinatown*. Bạn nghĩ câu thoại then chốt của phim là gì? (Đáp án ở phần *Tìm hiểu thêm*)

Teasers (đoạn gây sự đầu phim)

Đôi khi bạn sẽ thấy một đoạn mở đầu (teaser) nằm ở trước phần credit trước khi bắt đầu hồi 1. Nó chính là cú hích cho khán giả hoặc để tạo cảnh (Pulp *Fiction, The Piano, Heavenly Creatures*). Phần này xảy ra phổ biến trong các series phim truyền hình và sitcom (*Cheers, The X-files*). Trong *Hill Street Blues*, chuỗi cảnh trước credit không chỉ là một cú hích và tạo cảnh, nó còn thiết lập những tuyến chuyện khác nhau sẽ được theo dõi trong tập. Trong những tập phim khác, có thể xuất hiện dựng cảnh theo kiểu "trong tập phim tuần trước". Đôi khi phần

teaser có thể ra sau phần credit (*Will & Grace, The Wonder years*). Teaser là một công cụ hữu ích để nhanh chóng xác định được phạm vi chính của câu chuyện.

Chuỗi cảnh trước credit của đoạn phỏng vấn trong *The Truman show* đã giới thiệu ngắn gọn cho chúng ta biết dàn diễn viên trong phim chúng ta sẽ xem và sự hiện diện bao trùm của Christof. Đoạn video phỏng vấn mở đầu phim *American Beauty* ("Có muốn anh giết hắn vì em?" là một ví dụ tuyệt vời của teaser trong vai trò cú hích. Còn có nhiều cú hích khác trong đoạn credit: giọng thuyết minh "trong không đầy 1 năm nữa, tôi sẽ chết" - một lời vang vọng thông minh hoặc một cái gật đầu mở màn của *Sunset Boulevard;* và giàu hình ảnh (Lester trong phòng tắm)

Chuỗi cảnh teaser trong phim *George Of The Jungle* không chỉ đưa ra câu chuyện nền về quá khứ của George mà còn mở ra một vai quan trọng – đó là giọng người kể chuyện – có tư cách như một nhân vật đích thực trong phim.

Hình ảnh lặp lại

Ở đâu đó trong nửa đầu của hồi 1, cảnh lặp lại có thể giúp bạn có những ấn tượng hình ảnh rõ nét về một điều gì đó sẽ được lặp lại gần cuối của kịch bản hòan chỉnh. Không nhất thiết phải cực kỳ ấn tượng, đáng nhớ, khán giả chỉ cần đặt nó vào tiềm thức của mình (trong *Witness*, đó là hình ảnh của cộng đồng người Amish xuất hiện trên sườn đồi). Khi hình ảnh đó được lặp lại (thường có chút thay đổi) ở đoạn cuối, nó báo hiệu cho khán giả một cách vô thức rằng chúng ta đang đi đến đoạt kết của phim. Hai hình ảnh này có vai trò như kệ giữ sách (kẹp đầu, kẹp cuối).

Xem 15 phút đầu của *The Witness*. Lưu ý: sự sáng tạo về tâm tạng, phần giới thiệu nhân vật (đặc biệt là nhân vật trung tâm), sự thay đổi địa điểm (nông thôn lên thành thị), vụ giết người. Tự hỏi bản thân: sự đa dạng ảnh hưởng thế nào? sự lựa chọn địa điểm đóng góp gì vào mỗi cảnh (thông tin khái quát, giá trị kịch tính, vv.) Bạn có nghĩ rằng vụ giết người xảy ra (phút 13) là quá nhanh, quá chậm hay vừa phải? Còn phần giới thiệu về John Book (phút 15) là quá chậm? Liệu anh ấy có nên bước vào sớm hơn?

Làm tương tự với phim *My Big Fat Greek Wedding*, *The Truman show, Erin Brockovich, Spiderman, Field Of Dreams* và *Cruel Intentions*. Chúng nói cho bạn biết điều gì về tính chất bộ phim bạn đang xem, về nhân vật, bối cảnh, thể loại? Bạn có đồng ý với vài quyết định của người viết kịch bản? Cú hích được sử dụng là gì? Được dùng như thế nào và có hiệu quả không? Lưu ý điểm vào của câu chuyện và những tình huống khủng hoảng cuộc sống của nhân vật trung tâm. Bạn có nhận ra vài câu thoại then chốt không? (Bạn nên nhận ra vài câu).

1.5. Hồi 1: trang 10-30 (khái quát)

Trong 20 trang còn lại (20 phút) của Hồi 1, bạn cần phải làm được những việc sau:

- Môi trường (không gian): nêu ra những chi tiết trong thế giới mà nhân vật trung tâm đang sống.
- Niềm tin: thể hiện qua lối sống, nguyên tắc sống và hệ thống giá trị của nhân vật trung tâm.
- Cốt truyện phụ: dựng lên

Thêm vào đó, ở khỏang giữa giai đoạn này (2/3 của hồi 1 và 20% tòan kịch bản) bạn nên cho vào sự kiện chính đầu tiên trong cốt truyện chính, một sự kiện gây kích thích: một cảnh, sự việc hoặc câu thoại liên quan đến một điều gì đó hoặc vấn đề khiến nhân vật trung tâm buộc phải đưa ra quyết định và theo đuổi mục đích hành động cho đến hết phần còn lại của kịch bản. Việc này cũng đem đến một xung đột dẫn tới cao trào thứ nhất ở cuối hồi 1. Hãy xem xét vấn đề kỹ hơn:

1.6. Trang 10-15: Nhân vật hành động

Giữa trang 10-15, lĩnh vực hoặc chủ đề hoặc định hướng của bộ phim cần phải rõ ràng, tốt hơn hết thì tất cả đều phải rõ ràng. Khán giả cần có một sức hút để níu kéo họ xem hết bộ phim, định hướng cho họ biết cần tìm và hướng vào điểm nào. Nếu họ không nhìn ra được, họ sẽ thấy chán và lạc hướng.

Steven E.De Souza
Biên kịch : *Die hard I&II, 48hours, Beverly Hill Cop III,*
The Flinstones, Judge Dredd.

Phần này của kịch bản thường tập trung vào hành động của các nhân vật chính (đặc biệt là nhân vật trung tâm). Chính điều này làm tính cách nhân vật sâu sắc hơn bằng cách đưa ra vấn đề của nhân vật: một sự pha trộn giữa thái độ của họ và tính tương tác cá nhân đối với một hoàn cảnh cụ thể mà bạn nghĩ ra cho họ. Ví dụ: trong phim *Witness*, John Book được mô tả như một người thiếu nhạy cảm, tham vọng và lợi dụng người khác. Anh ta phải làm việc với một phụ nữ và một đứa bé (Rachel và Samuel), những người thuộc một thế giới với các giá trị hoàn toàn trái ngược.

Thêm vào đó, phần này cũng được coi là một thước đo để khán giả có thể đo được sự phát triển của nhân vật (nhân vật trung tâm và nhân vật chính thay đổi ra sao trong suốt hồi 2, 3 và phần kết). Trong *Witness*, ba người đi xe qua những con phố, để nhận dạng kẻ sát nhân. Trong phần này bạn nên tập trung theo dõi nhân vật trung tâm trong hầu hết các cảnh.

Nên nhớ rằng, bạn miêu tả bằng hành động, để nhân vật trung tâm của bạn luôn chủ động – nghĩa là luôn đưa ra các quyết định. Để cho nhân vật luôn chủ động, và bạn sẽ giữ được sự quan tâm của khán giả. Đừng vội bắt đầu dựng lên cốt

truyện phụ và những yếu tố khác bạn cho là quan trọng đối với sự phát triển của câu chuyện (ví dụ: Book và Rachel gặp nhau sau 16 phút vào phim).

1.7 Trang 15-30: sự việc kịch tính
Ở trang 15, nhân vật của bạn đã phải được lập nên rõ ràng; đã có những thông tin cần thiết về nhân vật và thước đo tiêu chuẩn. Chúng ta tiếp tục bước vào phần tiếp theo của kịch bản và dẫn tới một sự việc kịch tính để rồi cuối cùng là đến cao trào của hồi 1 (điểm bước ngoặt 1)

Trong *Witness*, Samuel nhận dạng những kẻ tình nghi xếp hàng và nhận ra kẻ giết người McFee từ một bức ảnh, ngay lập tức dẫn tới cuộc gặp giữa Book và sếp Shaeffer và cuối cùng là vụ bắn súng của McFee ở dưới hầm gara.

Trang 15-25 của 1 kịch bản thường được làm cho kịch tính bằng việc đưa ra những hiểm họa đang rình rập nhân vật chính. Trong *Winess*, chúng ta nhận ra mối họa khi biết kẻ giết người cũng là một cảnh sát, điều đó đem đến một mối nguy hiểm rõ rệt cho Book, Rachel và Samuel.

Trước nguy cơ bị loại ra, bạn cần phải có một sự việc kịch tính (đôi khi cũng được gọi là chất xúc tác hoặc điểm mấu chốt của cốt truyện) ở khoảng trang 18 - điều mà Người đọc thẩm định hiện nay ngày càng quan tâm.

Sự việc kịch tính là một khoảnh khắc hoặc một cảnh trong đó, nhân vật trung tâm phải đối đầu với 1 khó khăn và nảy sinh một khủng hoảng. Khủng hoảng này đẩy nhân vật trung tâm buộc phải đưa ra một quyết định hoặc sự lựa chọn, từ đó dẫn đến sự thay đổi của nhân vật hoặc câu chuyện (cuối cùng là cao trào của hồi 1, bước ngoặt - điểm mấu chốt đầu tiên)

Mở đầu hồi 1, cuộc sống có vẻ rất bình thường và cân bằng. Sự việc kịch tính xuất hiện và làm đảo lộn thế cân bằng; nó gây ra "vấn đề" khiến nhân vật trung tâm phải đi giải quyết hoặc khôi phục lại sự cân bằng trong suốt kịch bản. Nhân vật trung tâm phải ý thức được nó (mặc dù có thể không ý thức được tác động của nó lên anh/cô ta và phản ứng lại (kể cả việc từ chối phản ứng cũng là phản ứng lại). Sự việc kịch tính khiến nhân vật trung tâm có một nhu cầu và ước muốn khôi phục lại thế cân bằng, và nó trở thành mục tiêu và động cơ để hướng tới; những nỗ lực này hình thành nên xương sống của câu chuyện và sự việc kịch tính khởi động cho tất cả.

Ví dụ, trong *Minority Report*, đó là lúc Agatha nhìn thấy tương lai trong bể bơi và John Anderton thấy hình ảnh tiên đoán đó qua màn hình chiếu; đó là khi Billy Elliot lần đầu tập balê; khi Shrek thấy cộng đồng đồ chơi đến ngụ cư ở đầm lầy của nó; khi Will gặp Skylar lần đầu tiên trong quán bar (*Good Will Hunting*). Đó là sự xuất hiện đầu tiên của Tyler Durden trong *Fight Club*; khoảnh khắc ở trong quán bar khi John Nash "eureka" về khái niệm Kiểm sóat động lực – ý tưởng gốc của anh ta (*A Beautiful mind*); khi Randall trở thành Kẻ Lãnh Đạo Kinh Hoàng và quyền uy của Sullen bị đe dọa ở trong *Monsters Inc*; và trong *The Talented Mr.*

Ripley, là khỏanh khắc những album nhạc jazz rơi xuống đất và Dickie quyết định Tom không nên quay về New York mà hãy ở lại Italy - bắt đầu từ đó, âm mưu bắt đầu.

Khi sáng tác sự việc kịch tính, hãy hỏi bản thân:
- Điều gì tồi tệ nhất (ngoại trừ cái chết) có thể xảy ra với nhân vật trung tâm, điều gì sẽ biến thành tuyệt vời nhất?
- Điều gì tốt đẹp nhất có khả năng xảy ra đối với nhân vật trung tâm nhưng rồi biến thành điều tồi tệ nhất?
- Điều đó có làm đảo lộn thế cân bằng trong cuộc sống của nhân vật trung tâm mà ta đã dựng lên?
- Liệu sự việc này có gợi ra hoặc tạo dựng nên sự việc hoặc những hình ảnh cho cảnh cao trào của hồi 3?

Lưu ý: Nếu có "khóa thời gian" trong kịch bản, nó nên xuất hiện trong sự việc kịch tính. Nó cũng có thể được cho vào đoạn sau, thường là ở bước ngoặt đầu tiên, cuối hồi 1. Trong *Monster, Inc.*, Mike được cho 30 phút để sửa chữa trước khi cánh cửa đóng lại và việc này xảy ra ngay trước điểm giữa. Xin nhắc lại rằng, những quy định này không nhất thiết phải được áp dụng cứng nhắc, nhưng nó sẽ là những chỉ dẫn mà bạn có thể tận dụng và áp dụng trong việc thiết kế câu chuyện của riêng mình. Bạn có để ý thấy "khóa thời gian" trong các phim mà bạn xem ở chương này - nhớ rằng không phải phim nào cũng có (hoặc cần phải có).

1.8 Vai trò của những điểm bước ngoặt
Khi câu chuyện của bạn đang được đẩy đi nhanh chóng, nhân vật trung tâm của bạn bị thúc đẩy bởi vấn đề hoặc thách thức gây ra từ sự việc kịch tính, mọi thứ đang gấp rút tiến tới cao trào ở cuối hồi 1.

Mặc dù sự việc kịch tính của bạn rõ ràng là một điểm ngoặt (cho các nhân vật và câu chuyện), nhưng trong bố cục của tòan bộ kịch bản, nó vẫn chỉ được coi là một yếu tố nhỏ - dù rất quan trọng và cần thiết.

Đẻ thiết kế một câu chuyện hòan chỉnh bạn cần có hai điểm ngoặt chính: ở cuối hồi 1 và cuối hồi 2 (khỏanh khắc sự thật). Bạn cũng có thể có vài điểm ngoặt nhỏ khác ở trong kịch bản, nhưng điểm ngoặt 1 và 2 là phải được cố định. Cấu trúc kịch bản do bạn sáng tác cũng giống như một cây cầu bắc qua sông, hai điểm ngoặt đó như hai cột trụ chính đỡ lấy cây cầu để nó không bị sập – chính vì thế nó vô cùng quan trọng.

Một điểm ngoặt trong kịch bản phải hòan thành các nhiệm vụ sau:

- nó phải nắm được câu chuyện, xoay quanh câu chuyện và nhắm thẳng vào một hướng mới bằng cách đặt ra một vấn đề mà nhân vật trung tâm phải đi giải quyết trong cả kịch bản
- nó đẩy câu chuyện lên đỉnh của hồi 1 (sau đó đẩy sang hồi kế tiếp)
- nó đặt cược vào câu chuyện (tăng mạo hiểm, mức độ cam kết ràng buộc, vv.)

- nó làm tăng lực đẩy bằng cách tăng mức đặt cược, bằng việc đẩy câu chuyện sang một hướng mới "nguy hiểm", bằng việc đưa ra thành quả của mục tiêu hoặc của ý định. Lưu ý: từ "nguy hiểm" là ám chỉ cho câu chuyện kịch bản của bạn.
- đó là một điểm khủng hỏang khiến khán giả có cảm giác "chúng ta phải làm gì bây giờ?"
- nó làm thay đổi động cơ của nhân vật trung tâm (điểm ngoặt 1 tạo ra nhu cầu, mục tiêu hoặc động cơ bên ngòai)

Các điểm ngoặt luôn xảy ra với các nhân vật trung tâm của bạn, và liên quan đến tính cách và gây ra bởi hành động của họ (nên nhớ rằng: quyết định là hành động). Nhân vật trung tâm của bạn sẽ không tránh khỏi việc phản ứng với điểm ngoặt theo một cách nào đó: họ sẽ hình thành một mục tiêu và ý định hành động.

Điểm ngoặt 1 xảy ra vào lúc câu chuyện có vẻ như kết thúc sau một thành quả hiển nhiên của nhân vật trung tâm. Trong *Witness*, John Book đã tìm ra ai là kẻ giết người, có nhân chứng và nói với sếp Shaeffer. Cảm thấy rất bằng lòng, anh ta đi về nhà. Câu chuyện có vẻ như kết thúc vì Book đã "thắng". Vào đúng khoảnh khắc đó, điểm ngoặt 1 xảy ra. Đột nhiên câu chuyện bị đẩy sang một hướng mới, khác hẳn và nguy hiểm hơn.

Cuối cùng, khủng hoảng của bạn sẽ dẫn thẳng tới cao trào đầu tiên ở cuối hồi 1 (tạo đòn bẩy để bật câu chuyện sang hồi sau). Cao trào là khoảnh khắc mạnh nhất và cao nhất trong hồi đầu tiên.

1.9 Trang 28-30: cao trào hồi 1/điểm ngoặt 1 và chuyển tiếp sang hồi 2
Cao trào xảy ra khi một khủng hoặc hoặc vấn đề được giải quyết theo một cách nào đó. Sau một sự việc kịch tính, chúng ta thấy nhân vật trung tâm (và các nhân vật chính) phản ứng đáp trả lại. Vì nó làm chuyển đổi động cơ gốc của nhân vật trung tâm, nên mục tiêu của họ thay đổi hoặc là bị buộc phải thay đổi. Dù có ý thức hay không, họ cũng buộc phải hình thành một hướng giải pháp mới, một mục tiêu mới và tuyến hành động mà họ tin rằng sẽ dẫn tới mục tiêu. Nên nhớ rằng – đây là động cơ bên ngoài của họ - điều mà họ phải đạt được ở cuối câu chuyện – lái họ đi xuyên suốt kịch bản. Việc hình thành mục tiêu này và tuyến hành động được chọn cụ thể phải mạnh và rõ ràng đối với khán giả (không nhất thiết phải rõ ràng với nhân vật trung tâm) và được thể hiện bằng những hành động hình ảnh. Cao trào/phản ứng này sẽ tạo ra động lực đẩy sang hồi 2.

Trong *Witness*, Book lao vào nhà em gái, nhếch nhác và đầy lo sợ. Anh ta mang theo Rachel và Samuel đi cùng để thoát khỏi mối đe dọa của McFee và Shaeffer. Hành động cao trào này cho thấy quyết định của anh ta (phản ứng lại điểm ngoặt 1). Cảm giác khẩn cấp cho khán giả thấy mức độ nguy hiểm mà họ đang bị đe dọa lớn đến mức nào. Vết thương chảy máu làm rung động khán giả, khiến chúng ta muốn tha thứ cho anh ta nếu trước đó ta cảm thấy anh ta phản ứng có chút gì đó thái quá.

Điểm ngoặt 1 trong *Minority Report* là hình máy chiếu "Goodbye Crow", khi kẻ giết người lộ mặt ra là John Anderton và "quả bóng" của anh ta xuất hiện; đó là khi Billy Elliot hét lên "con ghét bố" với bố mình, khi ông bắt con bỏ môn bale; khi Shrek thỏa thuận với lãnh chúa Farquaard về công chúa Fiona. Khi Sean được coi là bác sỹ tâm lý trị liệu cuối cùng cho Will (*Good Will Hunting*) - cuộc gặp đầu tiên của cả hai đẩy vào hồi 2; khi lần đầu tiên Jack đánh nhau với Tyler và kết thúc bằng câu "Lúc nào đó, chúng ta nên làm lại" (*Fight Club*); khi John Nash nói "Muốn tôi làm gì nào?" với William Parcher trong *A beautiful mind*. Khi Boo – 'đứa trẻ' lần đầu tiên bước vào thế giới quái vật (*Monster, Inc*.) và với Tom (*The talented Mr. Ripley*) là khi Freddie Miles bước vào hình - mọi thứ sẽ không bao giờ giống như trước.

> Vào cuối hồi 1, tôi muốn đạt được cảm giác kết thúc, có một cái gì đó đã hết đường. Không nhất thiết là khán giả phải hiểu hết. Một sai lầm đó là cố gắng bộc lộ mọi thứ quá sớm ngay ở đoạn đầu phim – đó là lí do tại sao có một số phim chùng xuống khi bạn xem cả phim…
>
> Steven E. De Souza

Hãy tìm ra sự kiện kịch tính và điểm ngoặt 1 trong các bộ phim bạn vừa xem (*My big fat greek wedding, The Truman show, Erin Brockovich, Spider man, Field of the dream* và *Cruel Intentions*). Đáp án có trong phần "Tìm hiểu thêm"

2.1 Hồi 2 (tổng quát)

Hồi Phát triển này cho bạn biết câu chuyện chính, hành động của nhân vật đi xa hơn và thấy được sự phát triển của nhân vật thông qua những trải nghiệm của họ. Tất cả những yếu tố được giới thiệu trong hồi 1 sẽ được sử dụng kết hợp hoặc chống lại nhau : mâu thuẫn, nghi ngờ, căng thẳng, hành động, phiêu lưu, đam mê, lãng mạn, án mạng, bí ẩn, và bất cứ điều gì bạn có.

Bản chất của hồi 2 là vấn đề được đưa ra trong sự kiện kịch tính của hồi 1 được đẩy đi xa hơn thông qua xung đột và các nhân vật phải vật lộn vượt qua khó khăn, được chống đỡ bởi giải pháp của nhân vật trung tâm đưa ra từ cuối hồi 1. Đó là một giải pháp tồi tệ hoặc sai lầm (thậm chí họ không nhận ra điều đó), nhân vật trung tâm của bạn sẽ sớm phải đối mặt một lần nữa với vấn đề cũ của họ, dù đó có thể là vấn đề mới hoặc có chút thay đổi về hình thức. Họ không thể thoát được thực tế rằng 'giải pháp'của họ đã không giải quyết được vấn đề trọn vẹn. Khán giả dĩ nhiên hiểu điều này rõ hơn nhân vật trung tâm (chúng tôi biết điều mà anh không biết) và khán giả hiểu rõ trong tiềm thức rằng nhân vật trung tâm sẽ gặp lại vấn đề này ở phần sau của phim.

Trong *Witness*, Shaeffer phải đối mặt một lần nữa với thực tế rằng hắn bị phản bội; Book phải đối mặt với thực tế rằng việc chạy trốn, dù với lí do gì đi nữa, cũng không giải quyết được vấn đề và dẫn tới cái chết của Carter. Khỏanh khắc đau thương thường xảy ra ở cuối hồi 2 (điểm ngoạt thứ 2 hoặc khoảnh khắc sự thật) và dẫn tới một mục đích mới mạnh mẽ và rõ ràng hơn.

Để hiểu rõ hơn về hồi 2, sẽ có ích hơn nếu bạn chia làm hai phần. Ở nửa đầu hồi 2 (trang 30-60), đến nửa đầu phim (Trang 60), hành trình của nhân vật trung tâm khá vững chắc, mọi việc diễn ra suôn sẻ. Nhưng sẽ không có gì tiến triển ngoại trừ thông qua xung đột. Nếu tất cả những gì bạn có chỉ là phô bày và giải thích, mọi việc sẽ trở nên nhàm chán và câu chuyện sẽ thiếu lực đẩy. Do đó bạn cần dựng lên một đoạn giật lùi. Thực ra bạn cần có 2 đoạn giật lùi trong phần này của kịch bản: một đoạn khi bước vào Hồi 2 và một đoạn nghiêm trọng hơn tại điểm giữa của kịch bản. Hãy xem xét kỹ hơn phần nửa đầu.

2.2 Hồi 2: trang 30-45
Một nguyên tắc vàng của viết kịch bản đó là: sau một cao trào, hãy cho khán giả một không gian để thở phào, một đoạn nghỉ hoặc một cảnh để họ bình tĩnh lại để tiêu hóa đoạn cao trào và tất cả những gì vừa xảy ra.

Nhân vật trung tâm của bạn bị dính chặt vào mục tiêu và quay trở lại với quỹ đạo - hoặc họ nghĩ như vậy. Sẽ sớm có một đoạn giật lùi nhỏ, nhưng họ sẽ vượt qua và vững bước tiến lên. Do đó, trong 15 trang này thường chỉ có 1 phản ứng và bối cảnh được nhà biên kịch dựng lên những sự kiện dẫn tới vấn đề phức tạp hơn và những lực cản ở phía sau câu chuyện (các mối quan hệ và sự phức tạp có thể bắt đầu từ đây).

Trong *Witness* chúng ta thấy có dấu hiệu tình cảm giữa Book và Rachel thông qua cảnh chăm sóc (bước ngoặt đầu tiên của cốt truyện phụ lớn nhất). Đây cũng là vấn đề phức tạp vì theo truyền thống, người Amish không được phép yêu và kết hôn với người ngoài. Không phải lỗi của họ, họ thuộc về hai thế giới khác nhau.

2.3 Trang 45: **điểm tập trung đầu tiên**
Vào khoảng trang 45, bạn thường thấy có một điểm tập trung. Đây là một cảnh hoặc khoảnh khắc mà:

- thắt chặt tuyến truyện hành động
- nhắc khán giả nhớ lại 'vấn đề'
- đẩy câu chuyện đi xa hơn và đi đúng hướng (khán giả và nhà biên kịch không bị lạc lối)
- chỉ ra sự thay đổi của nhân vật so với lúc đầu hoặc sự trưởng thành của nhân vật trung tâm

Ở giai đoạn này, chúng ta có những dấu hiệu đầu tiên cho thấy nhân vật trung tâm đang thay đổi và trưởng thành, ví dụ một cảnh hoặc một khoảnh khắc cho thấy sự chấp nhận tình huống mới (nhân vật thích nghi với những sự kiện thay đổi trong cuộc sống trước đó, đặc biệt là ở 'vấn đề' và điểm ngoặt 1). Đây chính là điểm mốc đánh dấu trong sự chuyển hóa và trưởng thành của nhân vật trung tâm. Cho đến giờ, họ đã và đang phản ứng với sự kiện do điểm ngoặt 1 gây ra. Điểm tập trung đầu tiên sẽ cho thấy họ đưa ra hành động ý nghĩa đầu tiên trong quá trình tiến tới mục đích cuối cùng.

Phút thứ 46 của *Witness*, John Book đưa cho Rachel khẩu súng, dù rằng anh ta biết ở đâu đó ngòai kia, McFee và Shaeffer đang săn lùng mình (một sự kết hợp thông minh giữa cốt truyện chính và cốt truyện phụ). Đây là khoảnh khắc trưởng thành rõ rệt của nhân vật Book trong cốt truyện phụ Book/Rachel: trước đó, không bao giờ anh ta làm vậy ngay cả khi anh ta không bị nguy hiểm. Ở đây, anh ta bắt đầu đáp trả lại những giá trị của người Amish nơi đây. Về cốt truyện chính (Book phải tìm ra kẻ sát nhân), việc này gợi cho chúng ta nhớ về McFee và Shaeffer và vấn đề đang treo lơ lửng trên đầu bọn họ.

Khi có hai điểm ngoặt chính, sẽ có 2 điểm tập trung quan trọng (điểm thứ hai xuất hiện ở khoảng trang 75) và chúng thường liên quan đến nhau: điều gì hứa hẹn/điềm báo/được đề cập/được chỉ ra trong điểm tập trung 1 thường xuất hiện trong điểm tập trung 2. Do đó với điểm tập trung 1, bạn – nhà biên kịch cần thiết kế một cảnh cần thiết để tập trung lại lần nữa trong mạch chuyện của mình.

2.4 Trang 45-60

Phần này cho thấy nhân vật trung tâm bắt đầu hoàn thiện tuyến hành động bắt đầu ở điểm ngoặt 1 và được thắt chặt ở điểm tập trung 1. Mạch chuyện sẽ tiếp tục đi lên, gần như không gặp cản trở gì vì bạn đang đi đến điểm giữa - khoảnh khắc/điểm không thể quay đầu lại (point of no return) của nhân vật trung tâm. Nói cách khác, từ trang 45-60, sẽ thấy:

- vật cản khó khăn hơn
- nhân vật trung tâm mạnh mẽ hơn
- nhân vật trung tâm đi đến một điểm mà sau đó họ không thể bỏ cuộc.

Trong *Witness*, ở đoạn này, Book, từng là một thợ mộc, nay là một cảnh sát, anh ta bị hấp dẫn bởi cuộc sống của người Amish (và sau đó, ở điểm giữa phim, bị hấp dẫn bởi Rachel).

Thông thường, đoạn này trong cốt truyện chính sẽ nhắc lại vấn đề bên ngòai. Nhưng chúng ta cũng thấy nhân vật trung tâm đưa ra hành động quyết đóan đầu tiên đối với việc đạt tới mục tiêu cuối cùng của chuyện. Cụ thể hơn, họ sẽ đi đến điểm không thể quay đầu lại/cam kết hòan toàn ở điểm giữa của phim (trang 60).

Trong cốt truyện phụ lớn nhất, phần này thường mô tả một sự thay đổi diễn ra bên trong nhân vật trung tâm. Trước tới giờ, chúng ta mới có dấu hiệu ám chỉ sự thay đổi, nhưng giờ chúng ta sẽ tập trung vào nó (ví dụ: Book giúp người Amish xây nhà kho, lối sống cộng đồng của họ; John yêu Rachel cũng như anh yêu chính cuộc sống và giá trị sống của người Amish).

2.5 Trang 60: điểm giữa phim

Điểm giữa phim hay điểm giữa kịch bản (thường là ở trang 60) chính là điểm không thể quay đầu lại của nhân vật trung tâm, cảnh của họ hoặc một khỏanh khắc cam kết hòan tòan. Một điều gì đó xảy ra khiến họ xem xét lại hoặc cân nhắc việc từ bỏ hành trình hoặc chuyến đi. Liệu có nên bỏ cuộc hay tiếp tục?

Nhìn vào kịch bản của bạn, nhân vật đã vượt qua 60 trang, cũng phải mất ngần ấy thời gian để họ từ bỏ và quay lại điểm khởi đầu (trang 1) tương đương với việc họ đi hết quãng đường đến trang 120. Trong Falling Down, phút thứ 67 của bộ phim dài 104 phút (lệch 15 phút so với điểm giữa), D-Fens nói điện thoại với vợ cũ rằng: 'Anh đã bước qua một điểm không thể quay đầu lại. Em biết đó là gì không? Đó là một điểm trong chuyến hành trình mà ta không thể quay trở về đầu, chỉ có thể bước tiếp đến cùng.' – có lẽ là một trò vui của nhà biên kịch, nhưng nó diễn tả được vấn đề khá ngắn gọn.

Không giống các điểm khác trong kịch bản của bạn (ở cuối mỗi hồi), điểm ở giữa không nhất thiết phải liên quan đến cao trào nào đó hoặc một cảnh hành động lớn nào đó. Đó có thể là một phản ứng trước một đoạn giật lùi nghiêm trọng nào đó, nhưng đối với nhân vật trung tâm của bạn, đây chính là điểm không thể quay đầu lại.

Mục đích chính của nó là:

- bắt nhân vật trung tâm xem xét lại hành trình của mình
- khiến nhân vật trung tâm cân nhắc việc bỏ cuộc
- khiến nhân vật trung tâm sau đó quyết định đi tiếp (họ phải làm việc này)
- khiến họ hình thành một loạt mục tiêu mới tập trung hơn hoặc cụ thể hơn
- khiến họ cam kết hoàn toàn với mục tiêu mới và không thể rút lui.

(Nhớ rằng: chúng ta học về nhân vật từ chính những quyết định mà họ đưa ra…. khi đứng dưới áp lực)
Điểm giữa phim thường cho chúng ta biết điều gì đó mới mẻ, một điều mà trước đó ta chưa từng biết đến; nó có thể biểu hiện một khoảnh khắc nhân vật trung tâm nhận ra điều gì đó, họ nhận thấy điều đang xảy ra, đặc biệt là giữa bản thân họ và các nhân vật chính khác. Nó cũng góp phần vào động cơ của nhân vật trung tâm : bất cứ ai đi tới điểm không thể quay đầu lại sẽ có ít sự lựa chọn dành cho họ và buộc phải đi theo một con đường cụ thể vì họ không thể bỏ cuộc, càng không thể quay trở về. Khi đạt được một mốc quan trọng trong việc giải quyết "vấn đề", nhân vật trung tâm sẽ có thêm động cơ để tiếp tục con đường mình đi; có ít sự lựa chọn nhưng giờ đây họ đã 'dính chặt' vào con đường đi tìm giải pháp.

Thông thường trong các bộ phim tình cảm, điểm không thể quay đầu là khi hai người hoặc lên giường với nhau hoặc nói câu 'anh yêu em' lần đầu tiên. Trong *Witness*, đó là cảnh ở trong nhà kho, khi Book và Rachel, cùng khiêu vũ, chạm vào nhau và suýt hôn nhau. Sau đó những hành động của Book được thu hẹp lại: sự chú ý của anh ta đối với Rachel, một người phụ nữ có thể bị cộng đồng tẩy chay, sự lựa chọn của anh ta bị giới hạn. Cặp đôi (và khán giả) nhận ra rằng cả hai đang bước trên con đường không thể quay đầu lại; một dòng chảy cảm xúc nguy hiểm cho cả hai.

Trong *Minority Report*, đó là cuộc phẫu thuật cấy mắt của John Anderton; đó là lúc Billy Elliot quyết định đứng ra trước tòa, thể hiện tình đoàn kết gia đình, điều

đó đồng nghĩa với việc cậu mất đi cơ hội buổi thử vai balê quan trọng; đó là khi Shrek quyết định bỏ mặt nạ và cho Fiona thấy hắn không phải là Hòang tử đẹp trai, chỉ là một con chằn tinh xấu xí. Đó là đoạn Will và Sean tìm thấy đam mê chung về bóng chày (*Good Will Hunting*) và Sean nhớ lại lần đầu gặp vợ mình như thế nào; khi Lou cố đóng cửa CLB Đánh nhau (*Fight Club*); khi John Nash cố thóat khỏi buổi thuyết giảng ở Havard, chỉ để chạm trán với tiến sĩ Rosen, sau đó bị bắt và bị cho hôn mê (*A beautiful Mind*). Trong *Monster, Inc*., khi Randall nhận ra rằng chính là Mike và Sulley phải chịu trách nhiệm khi để đứa bé lọt vào thế giới quái vật Monstropolis; đối với Tom Ripley, khi anh ta mặt đồ của Dickie, lần đầu tiên gặp Peter Smith-Kingsley và cả hai bị thu hút lẫn nhau (*The Talented Mr. Ripley*)

Quay trở lại với Maverick, điểm giữa phim rõ ràng đưa chúng ta trở về với cú hích ở đầu, đó là cảnh treo cổ. Chúng ta phát hiện ra Bret đã thoát được như thế nào và anh ta buộc phải theo đuổi cuộc hành trình. Chúng ta cũng nhận ra rằng nửa đầu của phim là câu chuyện nền trong hồi tưởng: khán giả đã bị dụ dỗ và lôi kéo theo phim – đây là điều cốt yếu của bộ phim. (Điều này nghĩa là chúng ta chuẩn bị cho những lần bị dụ dỗ tiếp sau; tại điểm cao trào, hiệu quả hơn cả là khi chúng ta phát hiện ra rằng từ trước tới giờ, mình hoàn toàn đoán sai. Ngay cả trong bộ phim dài như *Malcome X* của Spike Lee (chương 18), điểm giữa phim xảy ra ở phút 90 trong bộ phim dài 205 phút khi anh ta chuyển sang đạo Hồi. Cho đến lúc đó, Malcome là một kẻ vô dụng, dễ nổi nóng và phá hoại.

Sau điểm giữa, nhân vật trung tâm sẽ bám vào và đi theo đúng con đường nhất định nào đó. Kể từ lúc đó, nhân vật trung tâm không thể trở lại cuộc sống cũ và lối sống cũ của họ.

Quay lại với các phim *My big fat greek wedding, The Truman Show, Erin Brockovich, Spider man, Field of dreams, Cruel Intentions*. Điểm không thể quay đầu là điểm nào? (Đáp án: ‘Tìm hiểu thêm’). Điểm đó xảy ra ở phút thứ mấy của phim – có đúng là ở giữa? Các điểm đó (và kịch bản của bạn) có khớp với các tiêu chí trên?

Điểm không thể quay đầu/trở về

Trước	Sau
không kiểm soát được cuộc sống của họ	kiểm sóat hơn và quyết đoán hơn
một nạn nhân	đáp trả lại
trăn trở bởi một vấn đề hoặc một bí ẩn	trên đường tìm giải pháp
không cam kết	cam kết
bị săn	chủ động săn
sống trong mơ hoặc thế giới cổ tích	đối mặt với thực tế

2.6 Hồi 2: nửa sau: trang 60-90 (khái quát)

Nhân vật trung tâm đã quyết định sẽ đi tiếp và với một loạt những mục tiêu mới, tập trung hơn trên con đường tiến lên. Trong phần này, canh bạc được đặt cược cao hơn, vì thế, nguy hiểm hơn và nguy cơ mất mát cũng cao hơn (ngay lập tức, hoặc trong thời gian dài). Tăng cược đồng nghĩa với việc cho ta thấy mức độ quyết tâm đi đến thành công.

Người đọc thẩm định lưu ý rằng nếu 1 kịch bản có dấu hiệu của sự đuối sức, nó thường rơi vào nửa sau của hồi 2. Đôi khi, để tránh tình trạng này, bạn phải tìm trong kịch bản và khai thác một cốt truyện phụ hoặc chuyển sang bối cảnh mới khác với bối cảnh chính của kịch bản (Cả hai phương án này đều được áp dụng trong *Tootsie* trong chuỗi cảnh 11 phút tại trang trại của Les)

Ở giai đoạn giữa trang 60 và 75, định hướng của nhân vật phải rõ ràng: họ đang bám theo cái cam kết đặt ra ở điểm giữa phim. Điểm này sẽ có thêm vài yếu tố bắt buộc (từ chính nhân vật, từ những người xung quanh, những sự kiện bên ngoài), tại đây họ phải đấu tranh và chọn ra những tuyến hành động cụ thể hơn nữa để đi tới mục tiêu cuối cùng. Bản chất của động cơ nhân vật trong phim không cho phép nhân vật trung tâm của bạn được làm những gì mình muốn, nhưng ép họ phải làm những việc cần làm.

2.7 Trang 75: điểm tập trung thứ hai

Tại điểm tập trung thứ hai, rơi vào khỏang trang 75, sẽ có vai trò và chức năng như điểm tập trung đầu tiên:

- đẩy câu chuyện đi xa hơn nữa.
- giữ cho đúng hướng.
- đẩy điểm tập trung 1 đi xa hơn bằng cách đưa ra những lời hứa hoặc gợi ý đã có từ điểm trước
- đưa thêm một manh mối quan trọng cho giải pháp của 'vấn đề' hoặc bí ẩn.
- thử nghiệm sự trưởng thành/phát triển của nhân vật

Chức năng cuối cùng là quan trọng nhất.

Trong *Witness*, khi Rachel đang tắm, nửa thân trần, cô quay sang và thấy Book ở phòng bên cạnh. Không có thoại, chỉ có một chút dấu hiệu bị thu hút lẫn nhau, chúng ta thấy thái độ kiên quyết của Book khi quyết định không làm tình với Rachel. Đó là lúc sự phát triển của Book được kiểm chứng (vòng cung chuyển hóa): nếu anh ta làm tình, như vậy đó vẫn là John Book cũ, những nguyên tắc cũ vẫn nằm trong hành động và sự lựa chọn của anh ta. Anh ta đã vượt qua thành công bài kiểm nghiệm, chứng minh được rằng có một sự thay đổi lớn diễn ra bên trong nhân vật; anh ta đã là một con người mới. Tuy nhiên, không chỉ khán giả phát hiện ra điều này, nhân vật trung tâm cũng nhận ra mình thay đổi và anh ta tiếp tục. Giờ anh ta đã hiểu được mình đích thực là ai. Khoảnh khắc tự nhận ra bản thân rất quan trọng và đầy sức mạnh.

Nên nhớ rằng điểm tập trung 1 và 2 có liên hệ với nhau: nếu điểm 1 chỉ ra dấu hiệu của sự thay đổi ở nhân vật trung tâm, thì điểm 2 đưa ra bằng chứng của sự thay đổi.

Điều thú vị nhất và liên quan đến điểm tập trung thứ 2 đó là khi nhân vật trung tâm bị thử nghiệm ở một điểm quan trọng. Khán giả thấy thích thú khi kết quả có thể đi về 2 hướng (Book có thể ngủ với Rachel, có thể không)
Đôi khi (khá thường xuyên) sau điểm tập trung thứ 2, bạn sẽ có một đoạn thoại giải thích dài dòng, thường là dưới dạng kể lại chuyện cho ai đó, để làm sáng rõ lí do cuộc hành trình của nhân vật, động cơ thực sự ở bên trong. Lúc này có lẽ nhân vật trung tâm đã nhận ra động cơ bên trong của mình, mặc dù có thể là người khác đang kể câu chuyện. Quay lại với 4 phim bạn đã xem, điều này có xảy ra không? Hãy tự hỏi tại sao người ta lại quyết định đưa dạng kể chuyện này hoặc loại bỏ nó? Liệu có nên đặt nó ở phía sau, nếu có thì tại sao?

2.8 Trang 75-90: những rối ren
Điểm tập trung thứ 2 để thử nghiệm độ trưởng thành của nhân vật trung tâm, họ đã vượt qua và chúng ta đang thấy một người mới, khán giả cần biết sự xác minh đích thực của bài kiểm nghiệm – và sự xác minh này nằm ở điểm ngoặt thứ hai, khoảnh khắc của sự thật và cao trào ở hồi 2.
Cũng như với trang 15-30, phần này trong kịch bản chỉ tập trung vào việc dựng lên điểm ngoặt 2. Có thể làm theo 2 cách:

- Điểm ngoặt 2 phải mạnh và được kết hợp tốt và cài đặt cho rõ ràng.
- cùng lúc đó, nhân vật trung tâm sẽ thường trải qua cảm giác thất bại ngay trước điểm ngoặt 2.

Cảm giác thất bại chính là điểm khủng hoảng của toàn bộ chuyện phim và chính là khủng hoảng của nhân vật
Trong *Witness,* sắp đặt cho điểm ngoặt 2 bắt đầu trong kịch bản như sau: khi Book đấm mấy gã du côn (điểm ngoặt 2/cao trào của cốt truyện chính), anh ta mặc quần áo của người Amish – anh ta vẫn chưa đạt đến điểm trọng yếu, chúng ta có thể thấy John quan tâm đến Rachel và những giá trị của người Amish và sự ảnh hưởng của họ lên anh ta. Nhưng điều quan trọng trong cảnh này chính là Book lên tới đỉnh điểm khủng hoảng khi cảm nhận sự thất bại và tuyệt vọng. Điều này xảy đến khi anh được biết tin cộng sự của mình là Carter đã chết. Book đã chạy trốn, sống yên bình ở trang trại Amish, anh ta bắt đầu yêu, vv. và cuối cùng chính vì những hành động đó của anh, mà Carter phải chết. Cảm giác thất bại và tuyệt vọng khiến anh ta nổi cáu. Mấy tên du côn chọn đúng lúc này để khiêu khích người dân Amish hiền lành, Book đã chớp lấy thời cơ này để trút bức xúc và cáu giận: anh ta đã đánh bọn chúng, vì anh ta đang mặc đồ của người Amish, nên anh ta bị chú ý. Thông tin này đến tai một viên cảnh sát, hắn lập tức báo cho Shaeffer và chúng ta nhảy vào hồi 3. Cũng cần chú ý rằng đây là điểm khủng hoảng trong vòng cung chuyển hóa của Book: anh ta quay trở lại với bản chất bạo lực cũ - một bước lùi. Đây cũng là chủ đề của câu chuyện. Nó nhấn mạnh lại sự khó khăn khi thâm nhập vào một thế giới khác và tồn tại ở đó,

một điềm báo rằng cuối phim Book sẽ quay lại với thế giới của anh ta (dù đã có thay đổi)

2.9 Cuối hồi 2, trang 85-90: điểm ngoặt thứ 2 - khoảnh khắc sự thật
Ở cuối hồi 2, nhân vật trung tâm đi tới điểm ngoặt thứ 2, ở đâu đó trong khoảng trang 85-90 của kịch bản. Đây là đoạn giật lùi chính và hình thành cao trào của hồi 2 (hoặc trực tiếp dẫn tới nó). Ở đây, họ sẽ gặp vật cản lớn nhất và bị đánh gục (dù rằng không phải gục vĩnh viễn). Đây là khủng hoảng bất chợt đối với nhân vật trung tâm sẽ đem đến cảm giác thất bại cho họ, cảm giác bị bỏ rơi hoặc bị cô lập và cuối cùng nhận ra rằng (buộc phải đối mặt với thực tế) quyết định hoặc hành động đưa ra ở điểm ngoặt 1 là sai lầm, yếu đuối, phi nguyên tắc, một lỗi lớn. Do đó, điểm này được gọi là khoảnh khắc sự thật.
Điều này tạo ra sự sáng tỏ mới và có sức mạnh cho mục đích của nhân vật , một mục tiêu rõ ràng hơn sẽ đồng hành cùng nhân vật đi vào hồi 3. Đến giờ, khi đã biết chính xác mình là ai và phải đối mặt (có lẽ cũng chấp nhận) với quyết định sai lầm mình đưa ra ở điểm ngoặt thứ 1, bọn họ đã sẵn sàng với cảnh hạ màn ở cuối hồi 3.

Điểm ngoặt 2 (khoảnh khắc sự thật) cũng có cùng chức năng và vai trò như điểm ngoặt 1:

- liên quan đến nhân vật trung tâm
- dẫn tới và là nguyên nhân cho cảnh chạm trán cuối cùng (cao trào cuối cùng)

Trong *Witness*, Book đánh lũ du côn và ngay sau đó chúng ta nhảy vào hồi 3. Hành động của nhân vật trung tâm luôn là nguyên nhân gây ra cao trào. Đây chính là bản chất của các nhân vật trong phim: họ gây ra những việc có thể dẫn tới thảm họa.

Trong *Minority Report*, cảnh John nhận ra Crow không phải là người anh ta cần săn đuổi, quyết định không giết anh ta, nhưng vẫn chứng kiến anh ta chết; buổi thử vai của Billy Elliot ở London, với sự cổ vũ của người cha, là cảm hứng cho bài phát biểu của Billy “cảm giác thế nào khi bạn đang múa?„ ; khi Shrek nghe lỏm được lời của Fiona nói “công chúa và sự xấu xí không đồng hành với nhau và hắn hiểu rằng mình chẳng thể có cơ hội. Đó là đoạn chữa trị tâm lý trong *Good Will Hunting* khi Will phải đối mặt với câu hỏi “cậu thực sự muốn gì?“ ; trong *Fight Club*, sau vụ đâm xe, Tyler bước ra khỏi xe và để mặc Jack ở trong, nhưng trong nhà vẫn là Hành tinh Tyler (Tôi là trái tim tan vỡ của Jack) ; và trong *A Beautiful mind*, khi John Nash quyết định rằng Alicia nên đi theo mẹ và cô bỏ đi (dù là đi không lâu). Khi Sullen quay trở lại thế giới quái vậy Monstropolis và cứu Boo khỏi chiếc ghế la hét; và khi Tom đánh máy mẩu giấy tự tử của Dickie, xóa bỏ hết mọi dấu vết tồn tại của người này và khi Tom Ripley trốn đi Venice (*The Talented Mr. Ripley*)

Nên nhớ rằng trong hồi 1, khi chúng ta nghĩ rằng câu chuyện có thể kết thúc, một sự kiện kịch tính xảy ra, đem đến một vấn đề và gây ra bước ngoặt 1 và xoay chuyển câu chuyện sang hướng khác. Điểm ngoặt 2 thường xảy ra khi câu chuyện có vẻ kết thúc vì một lí do ngược lại: nhân vật trung tâm thất bại và đau khổ đánh gục họ (không phải tất cả các phim đều đi theo công thức này, hãy đi theo yêu cầu câu chuyện của bạn). Tại chính khoảnh khắc này, có một bước đột phá, một manh mối hé lộ, một sức mạnh bên trong được tìm thấy hoặc một hành động được thực hiện chuẩn xác xuất phát từ chính đau khổ và cảm giác thất bại (cái chết của người cộng sự Carter); hành động này khiến anh ta phải từ bỏ danh tính và nơi chốn của mình. Điều này cũng đem đến năng lượng và động lực đẩy chúng ta vào hồi 3 (Lưu ý: cao trào của cốt truyện phụ lớn nhất Book-Rachel hôn nhau)

3.1 Hồi 3: trang 90-120: cú đẩy cuối cùng và cao trào

> Cao trào là phần chính của câu chuyện của bạn và chính vì nó ... toàn bộ cơ chế được thiết lập và xây dựng để hoạt động...
>
> *Syd Field*

Hồi 3 của bạn cần đạt được 3 điều sau:

- có một cao trào mạnh đối với hành động của chuyện
- giải quyết vấn đề hoặc nhiệm vụ và mối quan hệ bạn lập ra ở hồi 1
- đưa ra một kết thúc làm hài lòng

Trong Hồi 3, bạn sẽ phải thu gom mọi thứ lại, trả lời mọi câu hỏi, cho thấy các nhân vật đã thay đổi như thế nào, cho thấy đã đạt được những gì hoặc đang kẹt trong thảm họa gì và lấy đi cảm xúc của khán giả... mà vẫn để họ cảm nhận được về bộ phim.

Khi bước vào hồi 3, khán giả sẽ trải qua một khoảng nghỉ hoặc một cảnh nghỉ ở sau cao trào của hồi 2, cho nhân vật trung tâm một cơ hội để lấy lại thế cân bằng, kéo họ lại gần bên nhau và đi tới bến – hành động hoặc là chết. Sau đó, từ lúc này, mọi thứ tăng tốc và chạy thẳng tới cao trào cuối cùng.

Nhân vật trung tâm của bạn thường bước vào hồi 3, với một mục đích rõ ràng rằng họ là ai (từ điểm tập trung thứ 2) và hiểu rõ hơn (thường là lần đầu tiên) họ thực sự nên làm gì (từ điểm ngoặt 2) – do đó một mục tiêu mới rõ ràng hơn được hình thành và lựa chọn.

Sau khi kết thúc hồi 1, nhân vật trung tâm thường có một mục tiêu rất mạnh: điều họ tin rằng mình cần để bước vào phim. Những nhân vật trải qua một quá trình chuyển biến, và và bị thử thách để trưởng thành hơn. Điều này gây ra hệ quả đối với mục tiêu của nhân vật, vì nếu họ thay đổi và trưởng thành, thì bản chất mục tiêu của họ cũng thay đổi - mục tiêu cũ không còn làm họ thỏa mãn. Vậy là họ có một mục tiêu mới ở điểm giữa phim, và tập trung hơn vào mục tiêu ở khoảnh khắc của sự thật. Mỗi giai đoạn có thể là một mục tiêu thay đổi hoặc

mục tiêu cũ được bổ sung thêm. Những sự kiện ở hồi 2 hầu hết đều dẫn tới thảm họa và một cảm giác thất bại bên trong nhân vật trung tâm. Trên thực tế, khoảnh khắc chùng xuống đi sau cao trào của hồi 2 thường là giây phút đen tối nhất của nhân vật trung tâm trong kịch bản (khoảnh khắc sự thật) - một nhận thức đến vào đúng thời điểm. Hồi 3 đưa ra một không gian dể giải quyết tình thế khó khăn.

Trong *Witness*, mục tiêu chính của Book là tồn tại và bảo vệ Rachel và Samuel. Nhưng khi bước vào hồi 3, vấn đề không chỉ là sự tồn tại về mặt thể xác của anh ta, và còn là sự tồn tại của những giá trị và lòng tin của người Amish ở trong chính con người anh ta. Để đạt được điều này, anh ta đa mạo hiểm chính mạng sống của mình khi hạ súng xuống và nộp mình trước vũ khì của Shaeffer. Mạng sống không còn là mục tiêu chính, vậy tại sao lại mạo hiểm nó vì một thứ khác? Rõ ràng, thứ khác đó, giờ là mục tiêu chính? Sự sống còn giờ đây không chỉ liên quan đến sự tồn tại của hệ thống giá trị mới bên trong anh ta (bao gồm tầm quan trong của cộng đồng được đề cao hơn giá trị cá nhân); phương pháp sống còn rất quan trọng: nó phải được thực hiện bằng sức mạnh cộng đồng, chứ không phải bằng súng. Trong cốt truyện phụ lớn nhất, mục tiêu của Book là mối quan hệ với Rachel. Tại điểm tập trung thứ hai, cho thấy mục tiêu này đã thay đổi và kết thúc phim cả hai quyết định sống ở hai thế giới riêng.

Lưu ý rằng trong "cú đẩy cuối cùng„ bạn thường thấy có màn rượt đuổi – không nhất thiết là những chiếc ôtô chạy nhanh, bánh xe rít trên đường – ít ra phải có một màn rượt đuổi nào đó. Trong *Witness*, là đoạn rượt đuổi của Book ở kho thóc.

Điều này cũng xuất hiện trong hầu hết các bộ phim bạn xem trong chương này: *Fight Club, Minority Report, Monster, Inc., Shrek, American Beauty, Billy Elliot, The Talented Mr. Ripley*. Lấy ví dụ trong *Tootsie*, sau khi lột bỏ mặt nạ trực tiếp trên TV, Michael Hoffman ngồi trong quán bar với bố của Julie. Michael quyết định rời quán bar và đi đến trường quay, cố nói chuyện với Julie. Ban đầu cô đuổi anh ta, và đi dọc trên vỉa hè, Michael đi theo cho đến khi họ nói chuyện được với nhau (cao trào) và giải quyết được vấn đề.
Cũng lưu ý rằng nhịp độ (Chương 10) rất quan trọng trong hồi 3, đây sẽ là hồi có nhịp độ nhanh nhất, với những căng thẳng xuất hiện ở mỗi trang và tăng tiến dần dần. Trong đoạn này, các sự việc xảy ra nhanh, liên tiếp và đẩy đến cao trào cuối cùng. Đây cũng là lí do tại sao hồi 3 thường được xây dựng xung quanh một chuỗi cảnh chính. Hồi cuối của của các phim *Witness, American Beauty, Field of dreams, Good Will Hunting, Insomnia và The Legend of Bagger Venice* chỉ là một chuỗi cảnh đơn. Phần chuỗi cảnh được trình bày ở chương 9.

3.2 Trang 115-120: cao trào cuối cùng

Cao trào xảy ra vào khoảng giữa trang 115-119 của kịch bản. Đó luôn là 1 cảnh (đôi khi cũng là cảnh cuối cùng) trong đó, nhân vật trung tâm đối mặt với vật cản lớn nhất – cú chạm trán cuối cùng với kẻ đối đầu – 1 người thắng, 1 kẻ thua (lưu ý rằng có thể họ thắng, nhưng thực chất lại là thua và ngược lại). Dù thế nào, thì

cảnh này phải xuất hiện trên màn hình. Không thể dưới dạng kể lại. Chúng ta muốn được xem cảnh này. Cao trào cần hội tụ đủ 3 yếu tố sau:

- giải quyết được cốt truyện chính
- thông qua hành động, cho thấy được sự chuyển biến của nhân vật trung tâm
- lột tả được chủ đề của kịch bản

Cao trào quay ngược lại với quá trình bắt đầu ở hồi 1: một mục tiêu được đề ra nhưng chúng ta thường phát hiện ra rằng đó là sai lầm, hoặc mục tiêu chưa đủ mạnh; ở cuối hồi 2, mục tiêu đích thực được lập ra, nhưng đến cuối hồi 3, mục tiêu mới thực sự hé lộ (*Field of dreams* là ví dụ điển hình).
Một điều quan trọng cần hiểu rằng chính cao trào này sẽ là khoảnh khắc đỉnh cao của cảm xúc trong kịch bản của bạn (chủ đề được thể hiện rõ rệt nhất). Đó có thể là một nụ hôn (như ở cuối phim *Speed* hay các bộ phim tình cảm hài khác – *Four Wedding and a Funeral, Sleepless in Seattle, Groundhog Day*), hộp điện thoại trong phim hài Waking Ned; hoặc tinh tế hơn - những nụ hôn nồng cháy trong *Amélie*, Rannulph và Adele một lần nữa nhảy cùng nhau trong *The Lengen of Bagger Venice*.

Trong những bộ phim bạn xem ở chương này, chúng ta đã đi qua một lượt các loại cao trào khác nhau: từ việc nổ súng (Lamar - nữ tiên tri của John bị chết trong *Minority Report*; Jack cuối cùng cũng thoát khỏi được Tyler trong *Fight Club*); qua một vụ giết người – Tom bị rơi vào tình thế buộc phải giết đi người anh ta yêu là Peter trong *The Talented Mr. Ripley*; cho tớ một nụ hôn giữa màn hình (phim Shrek); và bạn bè đoàn tụ (Sulley mở được cánh cửa dẫn tới phòng ngủ của Boo trong *Monster, Inc*.)

Có 3 kết thúc tinh tế hơn – là một series của những cao trào có liên quan và tăng tiến dần: Billy Elliot gắn bó hơn với cha mình ở nghĩa trang, rời bỏ thị trấn, tương lai đón chờ phía trước cậu bằng một màn biểu diễn chính thức đầu tiên trong sự cổ vũ của gia đình, buổi lễ trong phim *A beautiful mind*, John đã vượt qua được chính mình ('Tôi vẫn nhìn thấy mọi việc, tôi chỉ quyết định không bận tâm đến chúng' cho đến bài phát biểu Nobel 'chỉ có trong phương trình bí ẩn của tình yêu, người ta mới tìm thấy phép logic đích thực'). Trong *Good Will Hunting*, bắt đầu với cuộc khủng hoảng tinh thần của Will ('đó không phải lỗi của anh'), ý thức được tình hình 'Thế đó, giờ cậu là một người tự do', và cuối cùng là bức thư gửi cho Sean và việc ý thức được rằng giờ đây Will đã là một người biết tập trung và sẽ đi theo tiếng gọi trái tim.

Cuối cùng, cái kết với nút xoáy tuyệt vời của *Maverick,* bộ phim về những kẻ du côn, khiến người xem nhận ra rằng thực sự chính họ đã bị lừa một vố lớn nhất (đồng thời cũng gắn nối hai luồng khán giả: một bên chấp nhận Mel Gibson là Maverick, một bên đồng hành với James Garner)

John Book bước vào hồi 3 trong *Witness* khi không còn lo nghĩ đến mạng sống của mình nữa, anh ta lo cho những giá trị của người Amish hơn và bớt đi tính cá nhân của mình - tất cả cùng lộ ra ở đoạn kết (anh ta giờ đây cố gắng đạt được mục tiêu mới). Shaeffer đã có trong tay Rachel và dùng cô để uy hiếp, hắn cũng đang uy hiếp những giá trị mới. Book buộc phải hạ súng và nộp mình trước họng súng của Shaeffer đồng thời kêu gọi sức mạnh của cả cộng đồng để đánh bại Shaeffer (Một kết thúc mạnh mẽ nối kết được yếu tố chủ đề và cao trào trong hành động của cốt truyện chính)

3.3 Kết thúc hồi 3: hạ màn
Đã đi qua cao trào cuối cùng - điều lớn nhất trong toàn bộ kịch bản của bạn - một lần nữa bạn phải cho khán giả được thở phào nhẹ nhàng. Nhân vật trung tâm đã đối mặt với thách thức lớn nhất, họ thắng hoặc bại mà vẫn xem như thắng hoặc thất bại và mất trắng (dù rằng họ vẫn học được điều gì đó và do đó vẫn "thắng").

Trong *Witness*, Book liên hệ với chính quyền, cảnh sát tới, xem xét hiện trường rồi bỏ đi. Book tiến lại chỗ Rachel và tạm biệt trong im lặng. Trong *Field of dreams*, chỉ đơn giản một chiếc cần trục máy quay nâng lên lộ ra dòng chữ ('chúng sẽ tới'). Bạn có thể kể ra những khoảnh khắc hạ màn trong các phim bạn đã xem?

Đoạn cuối này trong kịch bản của bạn phải gói gọn lại hết mọi kết thúc và những cốt truyện phụ chưa được giải quyết trong và bởi cao trào cuối.

Đây là một (hoặc những) khoảnh khắc khi nhân vật trung tâm đánh giá lại tình hình, cuộc sống đã thay đổi thế nào, như thể họ được sắp đặt một cuộc sống mới cho tương lai (sau khi kịch bản của bạn kết thúc). Do đó câu chuyện của bạn cần tạo ra một cảm giác của cuộc sống sau đó: một cảm giác rằng cuộc sống của các nhân vật sẽ tiếp tục sau khi câu chuyện kết thúc, sau khi khán giả rời rạp, đi về nhà. Tầm quan trọng của việc tạo ra nhân vật ba chiều: nếu các nhân vật của bạn ám ảnh bạn, nhà biên kịch, và sống bên trong bạn ngay khi kịch bản đã hoàn chỉnh, khi đó bạn biết mình đã đi đúng hướng.

Cũng đừng quên nhắc lại hình ảnh (có thể là cả câu thoại then chốt) ở gần cuối kịch bản của mình, hình ảnh hoặc câu thoại đó liên quan đến hình ảnh hoặc câu thoại bạn dựng lên ở những trang đầu. Ở đây, với một chút thay đổi khiến khán giả có thể đo được nhân vật chính đã thay đổi như thế nào trong cả câu chuyện, không nhất thiết hình ảnh phải giống nhau quá rõ rệt như hình ảnh lông chim bay trong gió của *Forrest Gump*, súng trong họng của Jack (*Fight Club*) để đưa chúng ta về cú hích ban đầu. Một phiên bản tinh tế hơn có thể thấy trong *The Talented Mr. Ripley*; cảnh những chiếc ôtô dồn dập đến và đi trong *Gosford Park*. Trong *A beautiful mind*, cảnh đầu và cuối tương đồng về cả hình ảnh (bữa tiệc) và lời thoại ('Anh sợ à? hoảng hốt à? vv.); và với Spider man, chúng ta nghe thấy giọng thuyết minh của Peter Parker. Trong *Witness*, càng tinh tế hơn, nếu bạn đọc đến đây, chắc bạn tự hiểu được.

3.4 Kết thúc
Cuối cùng, điều bận tâm mà bạn phải hướng tới: bạn muốn để lại ấn tượng gì đối với khán giả sau khi họ xem xong kịch bản của bạn?

> Khi đến dự buổi chiếu ra mắt *Four Wedding and a Funeral* ở New Jersey, đến đoạn cuối, chúng tôi thấy rằng đây là một phim khá hay, nhưng chúng tôi vẫn tin rằng đây chỉ là một kiểu phim Anh, đơn giản, nhẹ nhàng, thuần túy. Một giám đốc hãng phim của Mỹ đến nói với tôi rằng : "Bộ phim này sẽ đem về 50 triệu đôla". Tôi đã nói rằng như thế là phi lý. Ông ấy nói: "hãy nhìn gương mặt của những người đi ra kìa: họ đang mỉm cười, họ vừa được xem một bộ phim hay, họ cảm thấy vui – cái cảm giác đó sẽ được lan rộng."
>
> *Richard Curtis*
> Biên kịch : *Four Wedding and a Funeral*
> *Notting Hill, Love Actually*

Tôi không nói là cần phải có một cái kết có hậu, nhưng hãy đưa ra một cái kết làm hài lòng mọi người. Những cái kết của *The Talented Mr. Ripley, American Beauty, Philadelphia, Gladiator, Sunset Boulevard, Spider-man, Cinema Paradiso, Shakespeare in love, Romeo and Juliet, Titanic* hay thậm chí là cả *Witness* cũng không có kết thúc hoàn toàn có hậu, nhưng ít ra làm hài lòng mọi người. Bạn có thể nghĩ thêm ví dụ từ các bộ phim khác?

Khán giả nên cảm nhận một lý do nào đó khiến bạn làm bộ phim này. Không nên khiến họ lắc đầu và nói : "tại sao người ta có thể làm loại phim này nhỉ?". Điều này liên quan tới cái kết của bạn, chủ đề của bạn và sự kết hợp của hai thứ.

Hãy xem phim *The 6th Sense*, *Enemy At The Gate*, đặc biệt chú ý đoạn kết. So sánh với *Fight Club*. Bạn cảm thấy thế nào? Chúng có đem lại ngạc nhiên, giàu trí tưởng tượng, một cú lừa hay gì đó? Nó có liên quan đến chủ đề chính (như bạn cảm nhận)? Có khiến ta hài lòng? Bạn có quan tâm đến nó?

> Tôi rất giỏi trong việc tạo ra đoạn 5 phút đầu và 5 phút cuối thật chuẩn – hai đoạn này cực kỳ quan trọng.
>
> *Steven Spielberg*

Khoảng 10-20 phút cuối của phim thường gây ảnh hưởng nhiều nhất đến khán giả xem phim. Đó cũng là khi 3 yếu tố quan trọng của hồi 3 cùng được lộ ra. Cái kết là khi chủ đề của bạn được kết nối với hành động cuối cùng và thường mang ý nghĩa nào đó – nó gắn kết, thống nhất cả bộ phim. Điều này nghĩa là: sự lựa chọn cái kết của bạn và cách thể hiện nó phải mang tính thông báo, phải gây ảnh hưởng và liên quan đến chủ đề của bạn.

Vì thế, hãy viết 20 phút cuối thật hay, một cái kết thật chuẩn và cũng là viết ra một kịch bản tuyệt vời.

Khi nghĩ đến cấu trúc liên quan đến kịch bản hoặc bất kỳ câu chuyện nào bạn nghĩ ra, hãy áp dụng theo từng bước sau:

1. Quyết định cái kết của chuyện
2. Thiết kế phần mở đầu: 10 trang đầu, sau đó là hồi đầu tiên
3. Hãy tự hỏi bản thân:
    - nó có tạo ra sự vận động của câu chuyện?
    - nó có tạo nên nhân vật trung tâm?
    - nó có chỉ ra rằng câu chuyện của tôi nói về cái gì?
    - nó có dựng lên tình huống?
    - nó có dựng lên một vấn đề hoặc một lực cản mà nhân vật của tôi cần đối mặt và vượt qua?
    - liệu mục tiêu, động cơ, nhu cầu của nhân vật trung tâm có được trình bày rõ ràng?

> Nếu bạn thấy phim này lộn xộn, lo sợ rằng điều đó sẽ xảy ra - Tốt. Bạn nên biết sợ. Vấn đề nằm cả ở đấy. Khiến bạn thấy sợ. Để khiến bạn không làm một kẻ bám theo người khác một cách thiếu suy nghĩ và nông cạn.
>
> Bài cảm nhận về phim *Fight Club* của *Harry Knowles*

Một vài quan sát

- Hầu hết các phim hành trình có cấu trúc về mặt địa lý, nghĩa là mỗi hồi diễn ra ở một địa điểm khác nhau. Trong *Rain Man*, hồi 1 diễn ra ở Los Angeles và Cincinnati, hồi hai ở sa mạc, và hồi 3 ở Las Vegas và L.A. Ví dụ rõ rệt hơn với *Speed*, mỗi hồi là một câu chuyện riêng: hồi 1 – thang máy (25 phút), hồi 2 – xe bus (64 phút), hồi 3 – tàu điện ngầm (17 phút). Trong *Maverick*, hồi 1 được diễn ra trong thị trấn, hồi 2 ở đồng bằng (nửa đầu) và trên thuyền (nửa sau), hồi 3 quay lại trở lại đất liền. Có sự liên hệ nào giữa địa điểm và các Hồi trong những bộ phim bạn xem ở chương này? Hãy thử xem các phim *Oh brother, where are you?*, *Y tu mama tambien* và *Finding Nemo*. Tại sao họ lại làm như vậy (tại sao không?)
- Hãy nhìn tổng thể cấu trúc 3 hồi, có cảm giác như một trục đối xứng và cân bằng (điểm giữa được coi là trục đứng). Cũng cần nhớ rằng cây cầu bắc qua sông cần có hai trục đỡ chính đó là hai điểm ngoặt.
- Hãy nhìn nhận bộ phim theo khía cạnh năng lượng: mỗi cảnh như là một sự bùng nổ năng lượng; xung đột gây ra năng lượng; một nhận thức bên trong mới, một hướng đi mới tạo ra năng lượng trong tâm trí khán giả. Sự bùng nổ năng lượng đầu tiên chính là cú hích (đưa ta vào hồi 1); tiếp theo là sự kiện kịch tính và điểm ngoặt 1 để đưa ta vào hồi 2; năng lượng đưa ta đi suốt hồi hai lấy từ chính nhận thức của nhân vật trung tâm rằng họ phải thỏa hiệp với những giá trị của họ và đã có một lựa chọn sai lầm; sự nhận thức này (khỏanh khắc sự thật/điểm ngoặt 2) là một cú đẩy đưa chúng ta vào hồi 3 và chạy thẳng đến cao trào.

Dĩ nhiên, bạn sẽ có thể tìm thấy vài ngoại lệ và những cách tiếp cận khác cho mẫu của chương này đưa ra (ví dụ cấu trúc của "Hành trình của Anh hùng" của Christopher Vogler – xem ở chương sau) - cấu trúc 3 hồi là nền tảng cơ bản cho cách kể chuyện hay – hãy hỏi Aristole! Điều bạn nên hỏi là bằng cách nào và tại sao những ngoại lệ có thể khác.

Nhắc lại: khi xem xét các cấu trúc của phim truyện hay truyền hình, rất dễ nhận ra các quy tắc phải đi theo (nếu sự việc kịch tính không xuất hiện ở trang X, kịch bản của bạn là rác rưởi, vv.). Vấn đề là chương này không áp đặt các quy tắc; chỉ đơn giản muốn giúp bạn biết cách tổ chức và tập trung vào kịch bản của mình.

Nên nhớ rằng bạn hướng tới một mục tiêu đó là không còn ý thức gì đến những nguyên tắc cấu trúc gì nữa.

> Tôi bắt đầu lo lắng khi người ta quá ám ảnh đến cấu trúc cứng nhắc đến mức họ quên cả nhân vật và lời thoại và cách kể một câu chuyện hay - điều này mới là quan trọng nhất. Như thế, thì tôi lại mong một nhà biên kịch đến với tôi mang theo một kịch bản cấu trúc lộn xộn nhưng đầy những ý tưởng tuyệt vời và các câu thoại lung linh. Cấu trúc là thứ mà bạn có thể làm sau. Điều tôi không muốn đó là một cái gì đó rập khuôn công thức, nhưng thực ra chẳng có tí ý nghĩa hay năng lượng sống nào.
>
> *Lynda Myles*
> Pandora Production/Pathé Films

Cuối cùng, câu chuyện của bạn phải chỉ được ra vị trí, phong cách và nhấn mạnh vào cao trào và những điểm ngoặt.

Hãy tin vào câu chuyện của bạn

Xin nhắc lại lần cuối cùng (hi vọng thế!): Đừng bám chặt hoặc quá ám ảnh vào cấu trúc và/hoặc sự cứng nhắc của công thức, đặc biệt là khi đang viết thực sự. Khi xem một bộ phim - hoặc đọc một kịch bản - lần đầu tiên, nó nên là một câu chuyện và những nhân vật thu hút khán giả đi hết hành trình – những điểm cấu trúc không gây chú ý đối với họ. Những điểm này chỉ nổi lên thực sự rõ ràng khi bạn ngồi xuống xem lại và bắt đầu phân tích hoặc nghiên cứu bộ phim. Đây là công thức lý thuyết - để căn cứ vào đó Người đọc thẩm định và những người trong ngành này có thể nắm được một kịch bản (và có lẽ để phê bình nó). Đối với nhà biên kịch, những điểm này giúp cấu trúc kịch bản của bạn, chứ không phải hạn chế trí tưởng tượng của bạn.

> Luôn nhớ quy tắc - chẳng có quy tắc nào cả.
>
> *Jim Sheridan*
> Đạo diễn: *MyLeft Foot, The Field,*
> *In The name Of The Father, In America*

Chẳng có quy tắc nào cả, nhưng bạn cần phải hiểu rõ chúng, trước khi phá vỡ chúng.

Adrian Dunbar
Biên kịch: *Hear My Song*

Bạn đọc hết các quy tắc này và những cách hướng dẫn. Bạn chọn ra cái thích hợp với mình, thêm chút quan điểm, giọng điệu độc đáo của riêng mình và tạo ra một bữa ăn thịnh soạn với các quy tắc và hướng dẫn.

Dominic Dromgoole
Đạo diễn sân khấu

Bạn sẽ tìm thấy những bài phân tích xuất sắc những kịch bản phim bom tấn trong trang web của Richard Michael Stefanik: www.themegahitmovies.com

08
Những đa dạng trong cấu trúc

Trong chương này chúng ta sẽ học:
Các tiếp cận và chuyển thể từ mẫu 3 hồi cổ điển: hành trình của anh hùng; đa cốt truyện, cấu trúc 2-3-4 (hoặc hơn) hồi và khái niệm phim portmanteau.

Hành trình của Anh hùng tiếp cận với cấu trúc 3 hồi
Quay trở lại với cuốn sách Christopher Vogler "Hành trình của nghề viết" (xem chương 5). Lấy điểm khởi đầu của trong tác phẩm về huyền thoại kể chuyện của Joseph Campbell (đặc biệt là cuốn sách Người anh hùng nghìn mặt – xem phần 'Tìm hiểu thêm'), ông đã thấy cấu trúc kịch bản theo 12 giai đoạn và gọi đó là Hành trình của người anh hùng:

HỒI 1
1. Người anh hùng được giới thiệu trong một **thế giới bình thường** nơi mà
2. Người ta nhận được **tiếng gọi của phiêu lưu**
3. Ban đầu họ **do dự** hoặc **khước từ tiếng gọi**, nhưng rồi
4. Họ **gặp** và được **một người cố vấn** khuyến khích
5. **Bước qua ngưỡng cửa đầu tiên** và bước vào một **thế giới đặc biệt** nơi mà

HỒI 2
6. Đối mặt với những thử nghiệm, kẻ thù và đồng minh
7. **Tiến vào sâu trong hang**, vượt qua ngưỡng cửa thứ hai
8. nơi mà họ phải trải qua **một thử thách lớn**
9. Nhận được **phần thưởng** xứng đáng

HỒI 3
10. lần theo **đường về** trở lại thế giới bình thường

11. Gặp ngưỡng cửa thứ 3, trải qua một cuộc **hồi sinh** và bị chuyển biến.
12. Trở về với **thuốc tiên**, một món lợi, một kho báu có ích cho thế giới bình thường

… và ông đã vạch ra cấu trúc 3 hồi như dưới đây:

Mục đích	Tỷ lệ	Hồi	Giai đoạn	
Quyết định hành động của nhân vật chính	1/4	Hồi I	Thế giới bình thường	
			Tiếng gọi của phiêu lưu	
			Từ chối tiếng gọi	
			Người cố vấn	
Hành động chính	1/2	Hồi II	Ngưỡng cửa đầu tiên	
			Thử nghiệm, đồng minh, kẻ thù	
			Tiến vào sâu trong hang	
			Thử thách lớn	
			Phần thưởng (đoạt kiếm)	Khủng hoảng
			Đường về	
Kết quả của hành động	1/4	Hồi III	Sự hồi sinh	
			Trở về với thuốc tiên	Cao trào

1. **Thế giới bình thường**: cho thấy Anh hùng của chúng ta đang sống trong một thế giới bình thường - một cái gì đó trái ngược so với thế giới mới mà họ sắp bước vào. Ví dụ: Luke Skywalker, một anh chàng nông dân trong phim *Star Wars* trước khi bước vào thiên hà.
2. **Tiếng gọi của phiêu lưu**: người Anh hùng phải đối mặt với một khó khăn, thách thức cần phải vượt qua. Một khi đã đáp lại Tiếng gọi của Phiêu lưu, họ không thể trở lại với thế giới bình thường phẳng lặng lúc trước. Đó chính là thông điệp bằng hình ảnh của Công chúa Leia bị bắt cóc gửi đến vị quân sư Obi Wan Kenobi, người đã yêu cầu Luke tham gia vào cuộc giải cứu.
   Tiếng gọi của phiêu lưu có thể ở dưới dạng một vụ án mới (trong các câu chuyện thám tử điều tra) mà một thám tử tư phải vào cuộc, một vụ làm đảo lộn mọi trật tự. Đó có thể là một điều gì đó sai trái cần sửa lại cho đúng. Đó có thể là một cuộc chạm trán đầu tiên với một ai đó đặc biệt mà người Anh hùng phải theo đuổi và chiến đấu trong suốt cả hành trình.
   Tiếng gọi của phiêu lưu đưa ra những món cược của trò chơi và cũng chỉ rõ ra mục tiêu của người Anh hùng: thắng được giải thưởng hoặc người mình yêu, sửa sai thành đúng, trả được thù, đạt được ước mơ, đối diện với một thử thách hoặc thay đổi một cuộc sống.
   [Ta có thể thấy việc này tương đương với sự kiện kịch tính]
3. Từ **chối tiếng gọi (Sự do dự của người Anh hùng)**: đây chính là nỗi sợ. Người Anh hùng có thể bỏ cuộc ở ngay ngưỡng cửa của cuộc phiêu lưu, hoặc là tỏ thái độ do dự hoặc từ chối tiếng gọi.

Tại điểm này, người Anh hùng không hoàn toàn quyết tâm với cuộc hành trình, thậm chí nghĩ đến việc quay đầu lại. Do đó, có một nguồn ảnh hưởng nào đó tác động khiến họ vượt qua được nỗi sợ: một sự thay đổi hoàn cảnh, một sự xáo trộn trật tự cũ, hoặc một lời khích lệ của Vị quân sư.

Đó là khi Luke từ chối tiếng gọi Phiêu lưu của Obi Wan Kenobi và quay lại với nông trang của ông bác, chỉ đến khi phát hiện ra họ hàng nhà mình đã bị quân đội của Hoàng đế giết chết, Luke không còn do dự nữa, cậu sẵn sàng với cuộc hành trình; cậu ta bị thôi thúc bởi kẻ thù.

4. **Vị quân sư (Người cố vấn):**Đến điểm này trong câu chuyện, một vị quân sư (cố vấn) có thể được giới thiệu. Mối quan hệ này có sức mạnh biểu tượng lớn lao: mối quan hệ cha-con, sư phụ - đệ tử, thày thuốc-bệnh nhân, Chúa-con người.

   Vai trò của vị quân sư là để chuẩn bị cho người Anh hùng đối mặt với một điều không biết trước. Họ có thể đưa ra những lời khuyên, hướng dẫn hoặc một phép màu nào đó (Obi Wan Kanobi đưa cho Luke chiếc gươm ánh sáng của cha mình) hoặc tạo đà cho người Anh hùng lao tới cuộc phiêu lưu phía trước… Nhưng một vị quân sư chỉ đi xa tới mức đó với người Anh hùng…
5. **Vượt qua ngưỡng cửa đầu tiên:** Đây là điểm ngoặt giữa hồi 1 và hồi 2. Người Anh hùng cuối cùng cũng quyết tâm theo cuộc phiêu lưu và toàn tâm tòan ý bước vào Thế giới Đặc biệt của câu chuyện bằng việc Vượt qua ngưỡng cửa đầu tiên. Người Anh hùng đồng ý đối mặt với khó khăn và thử thách được đưa ra ở Tiếng gọi của cuộc phiêu lưu – và đối mặt với hậu quả của việc dám đương đầu. Đây chính là khoảnh khắc cất cánh của câu chuyện: kiên quyết gắn chặt với cuộc hành trình (vượt qua nỗi sợ, quyết định đương đầu với khó khăn và hành động), không còn đường quay đầu lại.
6. **Thử nghiệm, đồng minh và kẻ thù:** Khi vượt qua được ngưỡng cửa thứ nhất, người Anh hùng của chúng ta phải đối mặt với những thử thách mới và những thử nghiệm, họ có những đồng minh và kẻ thù và bắt đầu học những quy tắc của Thế giới đặc biệt mà họ vừa bước vào.

   Thật thú vị khi Vogler đã nhận ra được vai trò hữu ích của quán rượu hay quán bar ở trong giai đoạn này của câu chuyện (không chỉ trong các phim miền Tây). Họ có thể đưa ra một cảnh nơi những người bạn và kẻ thủ đều được giới thiệu, nơi sự nam tính và ý chí mạnh mẽ được thử nghiệm, nơi người Anh hùng biết thêm những thông tin và các quy tắc mới trong thế giới mà anh ta vừa bước vào. Nhưng dĩ nhiên không phải tất cả các thử nghiệm/đồng minh/kẻ thù đều xuất hiện hết ở quán bar.

   Trong *Star Wars*, căn-tin là nơi những đồng minh bạn bè của Hans Solo xuất hiện, đồng thời cũng là nơi xảy ra mối thù với Jabba The Hut. Chúng ta cũng có thể theo dõi sự phát triển của nhân vật khác ở ngay chính Luke Skywalker và đồng đội của anh ta khi họ phản ứng trong lúc căng thẳng (một chất xúc tác quan trọng trong bất kỳ sự phát triển nào). Bài thử nghiệm của Luke vẫn tiếp tục cho đến sau cảnh ở căng tin: Obi Wan chỉ giáo thêm cho Luke về Đạo quân, khiến anh ta bịt mắt chiến đấu, những

trận chiến laser trước đó với Chiến binh hoàng gia - tất cả các cuộc thử nghiệm đều được vượt qua.

7. **Tiến vào sâu trong hang:** Người Anh hùng cuối cùng cũng đến được ranh giới của nguy hiểm, nơi đối tượng của cuộc hành trình đang ẩn nấp. Thường thì đó là đại bản doanh của kẻ thù lớn nhất, nơi nguy hiểm nhất của Thế giới đặc biệt – Sâu trong hang (không hẳn là hiểu theo nghĩa sâu dưới lòng đất).
   Khi người Anh hùng bước vào nơi đáng sợ này, họ sẽ vượt qua ngưỡng cửa thứ hai, tại đây người Anh hùng sẽ dừng lại nghỉ một chút để chuẩn bị, lên kế hoạch và đánh lừa bọn gác cổng của kẻ thù. Đây là giai đoạn Tiếp cận, khi Luke và nhóm bạn rơi vào Ngôi sao Chết nơi mà bọn họ gặp Darth Vader. Phần tiếp cận sẽ bao trùm tất cả các màn chuẩn bị cho việc tiến sâu vào trong hang nơi mà người Anh hùng sẽ đối mặt với những mối nguy hiểm khủng khiếp hoặc thậm chí là cái chết.
8. **Thử thách lớn:** Đây là lúc vận may của người Anh hùng rơi xuống mức thấp nhất, khi phải đối diện trực tiếp với nỗi sợ lớn nhất. Đây chính là khỏanh khắc sống còn hoặc mục tiêu của người Anh hùng có nguy cơ thất bại; đẩy khán giả đến mức thót tim, lo lắng không biết liệu Anh hùng có sống sót không.
   Đối với Luke Skywalker và những người bạn đồng hành, đó là khi bọn họ bị mắc bẫy ở trung tâm của Ngôi sao Chết; Luke bị quái vật kéo xuống cống và bị nhốt dưới đó – có vẻ như anh ta không thể sống sót. Khái niệm về việc người Anh hùng phải nếm trải cái chết/hấp hối/thập tử nhất sinh (sau đó hồi sinh trở lại với một sức mạnh phi thường) là một phần quan trọng trong hành trình của người Anh hùng.
   [Bạn có thể thấy rõ điểm này được diễn tả trong điểm giữa và điểm không thể quay đầu về]
9. **Phần thưởng (Đoạt được kiếm)**: Bị quái vật đánh tơi tả và hồi sinh trở lại, Anh hùng của chúng ta (và khán giả) rất hứng khởi. Người Anh hùng lấy được kho báu mà mình tìm kiếm - Phần thưởng của họ. Phần thường đó thoạt tiên chỉ là một vũ khí đặc biệt hoặc thứ thần dược nào đó, nhưng đồng thời nó cũng là một kiến thức, trải nghiệm đặc biệt giúp Anh Hùng nhận thức ra một điều gì đó lớn lao hoặc giảng hòa được với lực lượng thù địch.
   Ví dụ, Luke Skywalker giải cứu được công chứa Leia và chiếm được bản đồ của Ngôi sao Chết, anh ta có thể dùng thứ đó để đánh bại Darth Vader. Vogler nhận thấy rằng tại điểm này người Anh hùng có thể giảng hòa được xung đột với cha/mẹ (như Luke đã làm với Darth Vader trong tập *Return of the Jedi*)
   Sau khi sống sót và thoát khỏi Thử thách lớn, người Anh hùng có thể xuất hiện hoành tráng hơn, họ sẵn sàng chấp nhận mạo hiểm tột cùng vì cộng đồng của mình và xứng đáng được gọi là Người Anh Hùng.
10. **Đường Về:** Nhưng nhân vật trung tâm vẫn chưa thóat ra được khỏi rừng. Giờ chúng ta bước vào hồi 3, người Anh hùng bắt đầu đối diện với hậu qủa của việc dám đương đầu với lực lượng hắc ám. Nếu những việc giảng hòa với cha mẹ/thần thánh/kẻ thù không diễn ra, chính bọn họ sẽ

điên cuồng đuổi theo người Anh hùng – do đó, một cuộc đuổi bắt thú vị có thể xảy ra ở điểm này: người Anh hùng bị đuổi theo trên Đường Về bởi một lực lượng đang muốn trả thù vì chúng tức giận khi người Anh hùng lấy được Kiếm (phần thưởng/thuốc tiên). Luke và Leia bị Darth Vader đuổi theo khi họ chạy trốn khỏi Ngôi Sao Chết. Giai đoạn này đánh giấu quyết định của Anh hùng là trở về thế giới bình dị ban đầu; anh ta nhận thức được rằng không chỉ cái thế giới đặc biệt kia cần bị bỏ lại phía sau, mà còn rất nhiều khó khăn, thử thách đang ở phía trước.

11. **Hồi sinh:** Khi bước vào Thế giới đặc biệt, bàn tay đã nhuốm bùn, người Anh hùng cần một quá trình hoặc một sự kiện để "rửa tay gác kiếm" trước khi quay lại thế giới bình thường. Việc "rửa tay" này thường đến dưới dạng một thử thách lớn lao thứ 2 mang tính sống còn và tiếp sau đó là sự Hồi Sinh.
    Bạn có thể thấy rõ giai đoạn này được diễn tả trong điểm ngoặt 2: người Anh hùng được tái sinh sau khoảnh khắc thập tử nhất sinh và trở về dưới một hình hài mới và một tâm thức mới.
    Bộ 3 tập *Star Wars* đầu đều đi theo công thức này. Cả ba tập đều kết thúc với cảnh chiến đấu cuối cùng khi đó Luke suýt bị giết, nhưng rồi thần kỳ thoát khỏi cái chết. Mỗi một thử thách lại đem đến cho anh ta một kiến thức mới và mệnh lệnh mới; sau mỗi lần đó, qua mỗi trải nghiệm anh ta lại chuyển hóa thành con người mới.
12. **Trở về với thuốc tiên**: Trong giai đoạn cuối, người Anh hùng trở về với thế giới bình thường - cuộc hành trình sẽ là vô nghĩa nếu họ không trở về và mang theo thuốc tiên, kho báu hoặc một bài học có được từ Thế giới đặc biệt. Xin nhắc lại, đó không nhấtthiết là một thứ thần dược để hàn gắn hoặc chữa trị cho thế giới mà Anh hùng đang trở về; đó đơn giản là một sự tự nhận thức/một trải nghiệm có thể có ích cho cộng đồng vào một ngày nào đó. Đó là khi Luke đánh bại Darth Vader, lấy lại được hòa bình và trật tự cho thiên hà.
    Đôi khi thuốc tiên là một kho báu có được từ cuộc hành trình, nhưng đó cũng có thể là tình yêu, tự do, sự thông tuệ hoặc thậm chí là việc nhận thức rằng thế giới đặc biệt đang tồn tại và có thể sống sót; đó cũng có thể là việc trở về nhà và có một câu chuyện hay để kể.
    Nếu không rút ra được điều gì hoặc mang được thứ gì đó từ thử thách lớn lao trong Hang Sâu, người Anh hùng sẽ tuyệt vọng lặp lại cuộc phiêu lưu. Rất nhiều phim hài sử dụng cái kết này khi mà nhân vật ngốc không chịu nhận ra bài học và ngựa quen đường cũ để rồi lại gặp rắc rối.

Cũng như tôi đã nói về cấu trúc 3 hồi được sử dụng như là một khuôn mẫu chứ không phải là những quy tắc cứng nhắc mà bạn phải áp dụng bằng mọi giá, Vogler nhấn mạnh rằng:
Cuộc hành trình của người Anh hùng chỉ là cái khung xương cần đắp thịt bằng những chi tiết và những điều ngạc nhiên của từng câu chuyện. Cấu trúc không nhất thiết phải được răm rắp tuân theo. Có rất nhiều cách áp dụng trong trật tự của từng giai đoạn. Các giai đoạn có thể bị bỏ đi hoặc thêm vào, hoặc xáo trộn mà không làm mất đi sức mạnh của nó.

Những giá trị của cuộc hành trình mới là điều quan trọng. Những hình ảnh trong bản phác thảo này (Các Anh hùng đi kiếm gươm thần từ những lão phù thủy già, những hiệp sĩ mạo hiểm tính mạng vì tình yêu, vv.) chỉ là những biểu tượng trong trải nghiệm của cuộc sống muôn màu xung quanh. Các biểu tượng này có thể thay đổi để phù hợp với yêu cầu của câu chuyện và của xã hội. Các Anh hùng hiện đại ngày nay có thể không bước vào hang động hay mê cung, chiến đấu với những quái vật huyền thoại, nhưng họ vẫn bước vào Thế giới đặc biệt, tiến sâu vào trong hang và trở ra, dù họ có du hành vào vũ trụ, vào một thành phố hiện đại (hoặc cộng đồng Amish như trong *Witness*) hoặc vào chính trong trái tim và tâm hồn của mình.

Nhận xét:

Đây chính là phần tóm tắt khuôn mẫu cấu trúc của Volger. Để hiểu được đầy đủ (phác thảo về nhân vật của ông) bạn nên đọc cuốn sách của ông.

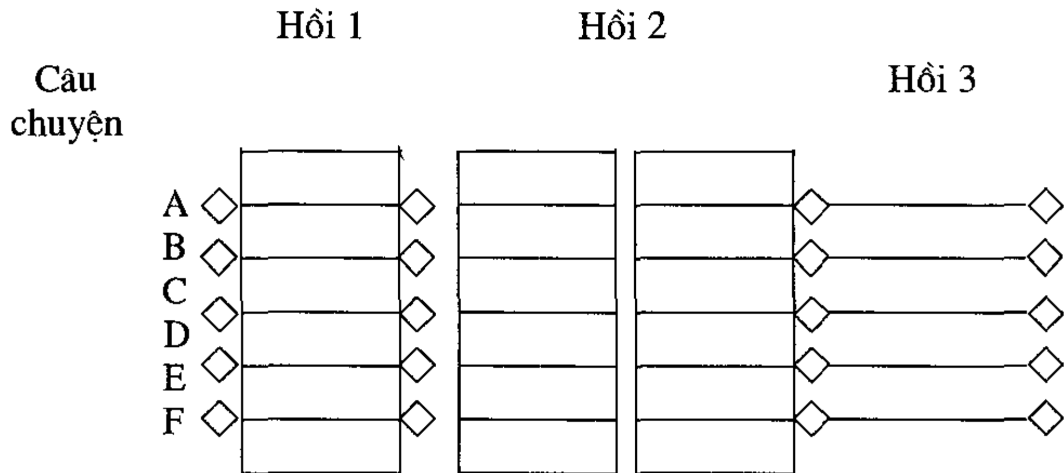
Thực ra bạn có thể thấy rằng rất nhiều bộ phim (nếu như không muốn nói là hầu hết) khi phân tích ra đều thấy đi theo cấu trúc 3 hồi hoặc công thức hành trình của Anh hùng. Tóm lại, đây vẫn là hai công thức lý thuyết chuẩn mực.

Một lần nữa xin nhấn mạnh: hãy cố viết một kịch bản theo cấu trúc tự hình thành trong đầu bạn sẽ không có hiệu quả đâu. Bất cứ một kịch bản nào được cấu trúc tốt sẽ cuốn hút được khán giả đi xuyên suốt câu chuyện và đi theo các nhân vật, các khuôn mẫu được áp dụng không nên quá lộ liễu trước mắt khán giả. Nhưng nếu việc áp dụng theo khuôn mẫu có thể giúp bạn tăng sức mạnh của câu chuyện hoặc giúp bạn bước vào Chủ đề dễ dàng hơn (vô cùng quan trọng), vậy thì tốt quá!

Đa cốt truyện

Chuyện gì sẽ xảy ra nếu bạn viết một câu chuyện tập thể - có rất nhiều nhân vật chính, mỗi người lại có một câu chuyện riêng để kể (ví dụ: *Independence Day, Nashville, Magnolia, Sunshine State, Love Actually, Short Cuts*)? Rất đơn giản, bạn cứ đi từng hồi một. Nếu bạn có khoảng 6 câu chuyện nhỏ, bạn hãy tạo ra 6 cốt truyện nhỏ với trọng lượng tương

đương và cài đặt, phát triển chuyện theo từng khối…



… và sắp xếp trật tự của các cảnh, các cốt truyện trong phạm vi từng khối theo hướng hiệu quả kịch tính nhất có thể (bạn có thể thấy rằng có một câu chuyện phụ nổi bật hơn cả - và được coi là cốt truyện chính). Đa cốt truyện được áp dụng chủ yếu trong các series phim truyền hình (*NYPD Blue, Pride and Prejudice, Band of brothers, C.S.I, The West Wing, The Sopranos, Six Feet Under*), có rất nhiều câu chuyện cùng xảy ra một lúc (nhưng chỉ có một câu chuyện chính được phát triển và giải quyết trong mỗi tập); bạn có thể thấy các tuyến truyện khác nhau trong mỗi tập có liên hệ với nhau theo một hướng nào đó, xoay quanh một chủ đề ý tưởng - tội phạm, cưỡng bức, lòng tin, vv. (ví dụ: *Traffic*). Đa cốt truyện có thể được áp dụng cho nhiều câu chuyện xảy ra trong cùng môi trường, thường là khá hạn hẹp (*Gosford Park, Airplane*) hoặc trong một khoảng thời gian ngắn (*American Graffiti* – 1 đêm, hoặc 24 – 24 giờ)

Hãy cùng xem ví dụ *Gosford Park* - cả công tác biên kịch (Julian Fellowes) và đạo diễn (Robert Altman) đã làm nên một tác phẩm bậc thày. Câu chuyện chính bao trùm - kết nối các mạch truyện nhỏ với nhau – là vụ ám sát ngài William. Nó có một cú hích (chai thuốc độc), một sự việc kịch tính (buổi dạ hội trắng bắt đầu), điểm ngoặt 1 (con dao biến mất), điểm giữa phim (vụ đâm dao), điểm ngoặt 2 (hé lộ ra ai là người giữ con dao), cao trào (hé lộ ra kẻ đầu độc, nguyên nhân và quyết định) và phần hạ màn (kẻ đầu độc giữ bí mật, khách ra về)

Sự tập trung chính nằm ở các cốt truyện phụ, cách mà các nhân vật đan xen lẫn nhau (sự xen kẽ tinh tế giữa các tầng lớp)

Lớp trên: những câu chuyện của quý bà Sylvia (Kristen Scott Thomas); Freddie Nesbitt (James Wilby); Ông Weissman (Bob Balaban); Quý bà Constance (Maggie Smith), vv.

Lớp dưới: những câu chuyện của Denton (Ryan Phillippe), Parks (Clive Owen); Bà Wilson (Helen Mirren); Bà Croft (Eileen Atkins); cô hầu Mary (Kelly MacDonald); cô quản gia Elsie (Emily Watson); Ông Jennings (Alan Bates), vv.

Mỗi một cốt truyện phụ lại được sắp đặt riêng, sự việc kịch tính, sự phát triển, điểm ngoặt, điểm giữa, cao trào cuối và giải quyết. Những cao trào và điểm ngoặt này có thể là những sự kiện nhỏ nhặt - một quyết định được đưa ra, một sự trao đổi ánh mắt, một phản ứng được mong đợi nhưng không xảy ra – những mỗi chi tiết đó lại có ý nghĩa trong phạm vi cốt truyện phụ của nó (đó chính là lúc Ý ngầm phát huy tác dụng – Chương 9). Ví dụ:
Câu chuyện của Denton được chạy như sau: tiếp cận ngôi nhà, xuống cầu thang, hỏi mọi điều (câu chuyện thành lập – phát triển); cuộc đối mặt đầu tiên của anh ta với Bà Sylvia – "Không ngủ được sao, thưa bà?" (sự việc kịch tính); anh ta đưa sữa (điểm ngoặt 1), anh ta thú nhận thân phận thực (giữa phim), cuộc gặp thứ hai với bà Sylvia, cởi áo bà ta (điểm ngoặt 2); sữa đổ lên đùi anh ta/sau đó nói "ta không thể cùng 1 lúc chơi ở hai đội"/rời khỏi nhà (cao trào/hạ màn)
Câu chuyện của Parks chạy như sau: đến nơi (bắt đầu), trong bữa ăn ở dưới nhà, anh ta phát hiện ra mình mồ côi cha mẹ (sự việc kịch tính); nói chuyện với Bà Wilson, người nhìn thấy bức ảnh mẹ anh ta bên cạnh bạn (điểm ngoặt 1); vụ dao đâm (giữa phim); lộ ra với Mary 'một người đàn ông không thể ghét cha mình sao?' (điểm ngoặt 2), sự việc được hé lộ, từ cốt truyện phụ của Wilson, mẹ anh ta là ai (cao trào) ; anh ta bỏ đi mà không hề biết (hạ màn)
Câu chuyện của bà Wilson: thu xếp cho những người mới đến (bắt đầu); lần đầu tiên nhắc đến tên của Parks (cú hích); bữa ăn dưới nhà và lộ ra thân phận mồ côi của anh ta (sự việc kịch tính); nói chuyện với Parks, bà ta nhìn thấy bức ảnh (điểm ngoặt 1); bà ta mang café cho ngài William (điểm giữa); lộ ra kẻ đầu độc (điểm ngoặt 2); lộ ra mối quan hệ của bà với Parks và bà Croft và bà quyết định giữ bí mật – 'Ông ta sẽ không bao giờ biết tôi' (cao trào); mọi người, kể cả Parks bỏ đi (hạ màn)
… và vv. Bạn có thể tiếp tục vạch ra khái quát những cốt truyện phụ khác?

Một bộ phim đa cốt truyện khác là *American Beauty*, cũng có rất nhiều cốt truyện phụ: bà vợ Carolyn với Buddy; cô con gái Jane với cậu bạn trai Ricky; Ricky và ông bố; câu chuyện của Angela; Angela và Jane. Tất cả đều xoay quanh cốt truyện chính: hành trình của Lester Burnham trong việc rũ bỏ mọi trách nhiệm xung quanh và đạt được sự tự do toàn diện; và mạch chuyện của ông ta đi xuyên qua các cốt truyện phụ. Bạn hãy tự tìm ra vài cao trào và điểm ngoặt, nên nhớ rằng những chi tiết này có thể là những sự kiện rất nhỏ hoặc là một câu thoại được cài vào trong cốt truyện phụ của nhân vật khác.

Hãy xem bộ phim của Úc *The Dish*. Hãy phân tích từng cốt truyện phụ và khuôn mẫu phát triển của mỗi nhân vật. Sau đây là một vài manh mối: cốt truyện bao trùm là câu chuyện hạ cánh (phóng lên vũ trụ - sự kiện kịch tính; dâng tràn năng lượng/điểm ngoặt 1; Đại sứ viếng thăm/giữa phim; hạ cánh xuống mặt trăng/điểm ngoặt 2; bước chân trên mặt trăng/cao trào) – vai trò của truyền hình. Và các cốt truyện phụ diễn ra ở hai địa điểm: trong tàu (câu chuyện của Cliff; Mitch và Al, Glenn và Janine; Rudi – người bảo vệ); và trong thị trấn của Parkes

(Thị trưởng Bob; Bob và vợ May; Bob và con trai Billy, con gái Marie và con út Keith; Bob và ngài Đại sứ; Bob và trợ lý Len, vv.)
Bạn cảm thấy phần kết như thế nào? : rối và xa cách hay ấm áp và giàu trí tưởng tượng?

Hãy làm tương tự với bộ phim *Magnolia*. Bạn tìm được bao nhiêu cốt truyện? (Tôi thấy ít nhất có 9 câu chuyện riêng biệt. Có một cốt truyện bao trùm tập trung với mạch phát triển chính không? Cảm giác của bạn ở đoạn cuối mạch chuyện dài hơi này? : cảm giác bị kích thích và ngưỡng mộ hay nhàm chán và mệt nhoài?

Đưa ra ít nhất 5 ví dụ về các phim đa cốt truyện. Xem từng tập phim một. Bạn có thấy những điểm tương đồng trong đó? Hãy làm gì đó tương tự như những khuôn mẫu nổi bật trên.

Đa dạng cốt truyện
Dĩ nhiên có rất nhiều cách để tiếp cận cấu trúc cốt truyện. Ví dụ, khi theo dõi series phim truyền hình thám tử *Columbus* lúc mở đầu, rất sáng tạo. Người ta chiếu cho khán giả thấy phần mở đầu ai là kẻ sát nhân (sử dụng chính phần kết của Hồi 3 là cú hích). Cái để lôi kéo khán giả ở đây chính là làm sao để buộc tội kẻ sát nhân và câu chuyện đằng sau dẫn tới hành động đó, Columbus đã ghép từng mảnh xếp hình để tạo nên một bức tranh hoàn thiện.

Bị ảnh hưởng bởi trào lưu Hollywood, cấu trúc 3 hồi trở thành công thức cổ điển, những nhà biên kịch/đạo diễn/sản xuất có tinh thần độc lập đã trở nên sáng tạo hơn rất nhiều trong cách tiếp cận cốt truyện và cấu trúc. Có lẽ không ngạc nhiên khi bạn nhận thấy điều này trong mảng phim độc lập và các series phim truyền hình mới hiện nay.

The Unusual Suspect là một ví dụ điển hình của khái niệm được gọi là “đan xen”, dù rằng cụm từ này thực sự chưa diễn tả được hết, nhưng nó cũng phần nào nói lên khái niệm này. Những cốt truyện phụ “đánh đu” cùng với những hồi tưởng quá khứ hoặc viễn cảnh tương lai, đan xen và chồng chéo lên nhau để làm phức tạp hóa cốt truyện chính và chúng chạy song song với nhau (xem phim *Pulp Fiction, Lone Star, The Weight of Water* và *Courage Under Fire*)

Memento là một ví dụ đầy thử thách và tham vọng của khái niệm này. Nó đồng thời chạy song song 2 mạch chuyện: một (đen trắng) mạch chuyện theo trình tự mở/thân/kết, nhưng phần kể chi tiết thì chạy ngược lại (bằng hình màu). Nó đòi hỏi chúng ta phải xem xét kỹ lại khái niệm “kể chuyện truyền thống” mà ta đã quá quen thuộc, đồng thời cũng ghi lại bản chất rối loạn trí nhớ của nhân vật trung tâm.

Bộ phim *Rashomon* sản xuất năm 1951 của Kurosawa là một câu chuyện về cưỡng bức và giết người, nhưng được nhìn từ 4 góc nhìn khác nhau - một kĩ thuật cũng được Costa-Gavras áp dụng trong bộ phim *Z* của mình. Trong series

phim truyền hình *Boomtown*, mỗi tuần có một vụ án xảy ra và sau đó được chiếu lại qua những góc nhìn khác nhau. Bộ phim của Anh *Lawless Heart* đi theo góc nhìn và câu chuyện của 3 nhân vật riêng biệt, mỗi lần đều quay trở về với cảnh mở đầu là cảnh đám tang. Tương tự với bộ phim *Amores Perros* khám phá ba cốt truyện riêng biệt, tất cả kết nối lại với nhau trong một tai nạn xe hơi khủng khiếp.

Cách kể chuyện của *Todd Solondz* bao gồm 2 phần chuyện riêng biệt: 'Hư cấu' và 'Chuyện thật', cả hai đều khám phá chủ đề giống nhau (sex, đua xe, thế giới các ngôi sao nổi tiếng), việc khai thác câu chuyện và nhu cầu kể chuyện của chúng ta. Bạn có thể gọi đó là phim portmanteau nếu muốn (xem thêm ở phần sau) hoặc phim 2 hồi, mỗi một phần đều có mở/thân/kết.
Cuốn sách Tự học nghiên cứu phim của *Warren Buckland* (Hodder & Stoughton) cung cấp những bài phân tích xuất sắc của các phim khác nhau và các cấu trúc kể chuyện và đây là một cuốn sách nên đọc.

Cấu trúc 2 hồi
Thể loại này thường thấy trong khác phim (chủ yếu là phim truyền hình) dài 30 phút và sitcom, đoạn chia tách giữa hai hồi chính là đoạn xen quảng cáo vào. Tương tự như cấu trúc 3 hồi, xung đột bắt đầu ở Hồi 1 và sau một loạt cao trào và giật lùi, leo thang đến đỉnh cao nhất của xung đột kết thúc ở Hồi 2.

Trong cấu trúc 2 hồi, các hồi thường có độ dài bằng nhau với 3-4 cảnh trong một hồi (có thể có thêm 1-2 cảnh ngoại chuyển tiếp hoặc mở đầu phim)

Đối với phim truyền hình, 2-3 phút đầu vô cùng quan trọng, đó chính là cú hích xảy ra ở 3 trang đầu và phần cốt truyện chính được thiết lập ngay từ cảnh đầu tiên. Nếu bạn có một cốt truyện phụ (hiếm khi có nhiều hơn 1 cốt truyện phụ - độ dài giới hạn không cho phép phim quá phức tạp), nó cần được giới thiệu ngay hoặc ít ra là ám chỉ tới trong cảnh đầu tiên (hoặc cảnh thứ 2, nếu cảnh đầu quá ngắn). Phần mở đầu teaser chính là cách làm tắt cho phần này.

Dĩ nhiên bạn sẽ tìm thấy nhiều ví dụ phim 2 hồi có nhiều cốt truyện phụ (*The Simpsons, Friends, Malcome in the Middle, Frasier, South Park*), nhưng đây là những bộ máy rất phức tạp, gần đến sự hòan hảo, thường phải có sự góp sức của cả một nhóm viết - hầu hết là của Mỹ, nơi mà họ có thể làm ra những tác phẩm rất hay.

Ở cuối hồi 1, thay vì một cao trào rõ nét, sẽ có một khoảnh khắc cheo leo (đủ mạnh để níu kéo khán giả ngồi lại đợi sau màn quảng cáo, trước khi bước vào hồi 2). Không nhất thiết phải có một đoạn nghỉ, chính phần quảng cáo sẽ làm việc này. Bước vào Hồi 2, bạn sẽ tiếp tục xây dựng hành động cho đến khi xuất hiện khoảnh khắc sự thật nằm ở giữa hồi 2 (tức là ở 75% của phim - giống như ở cấu trúc 3 hồi). Phần còn lại của hồi 2 chính là đoạn giải quyết.

Hãy chọn ra xem 3 bộ phim sitcom bất kỳ. Chúng có khớp với khuôn mẫu kể trên không?

Cấu trúc 4-5 hồi

Bạn sẽ phát hiện ra rằng những bộ phim dài hơn (ví dụ: *Goodfellas, Malcome X, Gone with the wind, Magnolia, Pearl Habour, Braveheart, Schindler's List, Casino, Titanic, The Lord of the rings, Ben Hur*) có thể chia ra thành 4, thậm chí là 5 hồi (mỗi hồi thường có độ dài tương đương). Tuy nhiên những điểm ngoặt quan trọng vẫn nằm ở đó với tỉ lệ tương đương như cấu trúc 3 hồi, điểm ngoặt đầu tiên ở điểm 25% phim, điểm không thể quay về ở điểm giữa phim và khoảnh khắc sự thật ở điểm 75% phim.

Một website thú vị:
www.dsiegel.com/film/nine_act.html [cấu trúc 9 hồi của *Don Siegel*]

Phim Portmanteau

Đây là thể phim có nhiều câu chuyện riêng biệt chạy đan xen với nhau và tạo thành độ dài hoàn chỉnh cho một phim nhựa và thường theo định hướng của đạo diễn. Hầu hết các phim đều thể hiện đường dẫn qua lại, hoặc có cùng nhân vật (*Pulp Fiction, Mishima, Four rooms, Mystery Train*), chung địa điểm (*New York stories, Grand Hotel, Four rooms, Asylum* và bộ phim *Ten của Iran*), chung chủ đề (*Aria*) hoặc chung tác giả (*Quartet Trio và Encore* của Somerset Maugham), mạch chuyện tương tự (*Flirt* của Hal Hartley), hoặc đạo cụ cảnh trí liên quan đến nhau (*Tales of Manhattan*) hoặc cùng sự kiện (*Amores Perros, 1' 09„ 01 – September 11*). Và dĩ nhiên mỗi câu chuyện có phần mở/thân/kết của riêng nó. Hòa trộn các thể loại trong tổng thể bộ phim của bạn, thực sự là ko có lợi ích gì (*New York stories, Four rooms*); điều này thường gây nên lộn xộn, nhầm lẫn.

09
Cấu trúc sâu

Trong chương này các bạn sẽ học:

- **cách chia cấu trúc tổng thể của kịch bản thành những phần, những đoạn, những cảnh nhỏ hơn, dễ kiểm soát hơn.**
- **về việc viết thoại và kiểm tra những ẩn ý trong ngôn từ và trong ý ngầm**

Sau khi nhìn vào cấu trúc bao quát, hãy xem xét đến phần được gọi là *cấu trúc sâu* (hoặc là cấu trúc phân nhỏ) – là những thành tố được sử dụng để kịch tích hoá câu chuyện của bạn. Khi bạn đi từ khái quát đến cụ thể, bạn đang tiếng sâu vào trung tâm/trái tim của kịch bản và tới gần hơn công việc viết thực sự của bản nháp đầu tiên.

Khi viết kịch bản, bạn có hai hướng:

- *các cảnh* – những sự việc đơn lẻ

- *các trường đoạn* - sự sắp xếp các cảnh đó để trở thành những đoạn phát triển có ý nghĩa

Các công cụ của bạn:
- *hình ảnh*: những hành động các nhân vật thể hiện và sự lựa chọn hình ảnh của bạn (tạo thành một hệ thống hình ảnh)
- *âm thanh*: chủ yếu là thoại, nhưng cũng có thể là những âm thanh khác và hiệu ứng xung quanh chúng.

Đến lúc này bạn nên có một ý tưởng rõ ràng hơn về tổng thể cấu trúc của kịch bản dự tính và về những khoảnh khắc nhất định trong câu chuyện của mình. Trước khi bạn định tiến xa hơn, bạn cần biết 5 điều cốt yếu về câu chuyện của mình: bạn bắt đầu ở đâu; sự việc kịch tính và điểm ngoặt 1 là gì; cao trào của hồi 2/khoảnh khắc sự thật (điểm ngoặt 2); cao trào cuối cùng và hồi kết. Liệt kê tất cả ra. Từ đó bạn có thể tiếp tục lấp đầy cái khung bằng cách chia nhỏ từng trường đoạn và đắp thịt vào khung chuyện.

Trường đoạn

Trường đoạn là một khái niệm quan trọng cần phải nắm rõ; nó chính là cái khung tổ chức trong câu chuyện của bạn.

Có hai loại trường đoạn:

- *kịch tính*: một loạt các cảnh nối với nhau hoặc liên kết bởi một ý tưởng nào đó, chính trong loạt cảnh này hình thành nên một phần độc lập trong kịch bản của bạn (và kết thúc trong một cao trào trường đoạn)
- *cầu nối* hoặc *chuyển tiếp*: những trường đoạn nhỏ dùng để kết nối các trường đoạn kịch tính hoặc đưa nhân vật vào (đoạn đầu Hồi 1) chúng không tạo nên cao trào trong sự kiện kịch tính.

Trường đoạn kịch tính có lẽ là yếu tố quan trọng nhất trong một kịch bản. Nếu cấu trúc được coi là xương sống của kịch bản thì những trường đoạn là những khúc xương còn lại, nó có nhiệm vụ gắn kết, nó là đại diện thu nhỏ, nền tảng, và sơ đồ cho kịch bản của bạn. Đoạn hành động kịch tính này được hình thành từ một ý tưởng có thể được diễn tả trong một hoặc vài từ: chạy trốn, săn đuổi, tới nơi, khởi hành, một nhân vật cụ thể, đoàn tụ, ám sát, vv. Ví dụ, tiến tới cảnh cuối trong phim *The Graduate*, đuổi theo Elaine và cuối cùng tìm thấy cô ở nhà thờ (chạy đuổi); trong trường đoạn đám cưới mở đầu phim của *The Godfather III* (bản thân nó cũng gần như là một hồi); hoặc trường đoạn Terence Mann trong *Field Of Dreams* khi Ray đi tìm và gần như suýt mất Mann.

Những trường đoạn chính là những cái móc dính vào mạch chuyện - cấu trúc chính mà bạn bám vào. Mỗi một trường đoạn kịch tính đều có mở-thân-kết - nó là một đơn vị hành động kịch tính hoàn thiện và độc lập - mỗi trường đoạn đều phản ánh tinh thần chung của cấu trúc kịch bản. Thêm vào đó, mỗi trường đoạn (kịch tính hoặc cầu nối) đều có đôi chút chồng đè lên đoạn kế sau nó, tạo nên tính liên tục và lực đẩy.

Một kịch bản có thể có nhiều trường đoạn chính - tuy nhiên nhiều ở mức nào thì đều cần liên quan đến nhịp độ câu chuyện. Một bộ phim drama, trầm ngâm như

Field Of Dreams có 9 trường đoạn, bộ phim chậm rãi *Rebel Without A Cause* có 7 trường đoạn; những bộ phim có tiết tấu nhanh, nhiều cảnh cắt như *Speed, The Fast and the Furious, xXx*, tất nhiên sẽ có nhiều trường đoạn hơn và các trường đoạn cũng ngắn hơn. Hãy thử đếm xem có bao nhiêu trường đoạn trong phim *Speed*, chúng được cấu trúc rất rõ ràng. Hãy chỉ ra từng trường đoạn trong các bộ phim bạn xem ở Chương 7. Hãy tự hỏi tại sao chúng lại có nhiều (hoặc ít) trường đoạn thế?

Mẹo nhỏ: Các đĩa phim DVD đều chia nhỏ các trường đoạn thành từng chapter (chương). Chính từng chapter này là mỗi trường đoạn (hoặc một phần trường đoạn). Hãy chú ý điều này khi xem các đĩa phim DVD (và cân nhắc cho kịch bản của mình).

Hãy cùng nghiên cứu bộ phim *Thelma and Louise* (tổng độ dài 123 phút) theo từng trường đoạn:

1. *Trường đoạn mở đầu* (trốn thoát) chạy từ phút thứ 2 tới phút 11 của phim:
- Louise gọi cho Thelma (đặt mục tiêu)
- trong bếp: Thelma/Darryl đối đầu (vấn đề/lực cản: sự đàn áp của Darryl,vv.)
- Thelma quyết định (giải pháp: đợi Darryl bỏ đi)
- Thelma dọn đồ (hành động)
- Louise đón Thelma, họ phóng xe đi (cao trào và kết quả)

2. *Trường đoạn trong quán Bar* (bắc cầu) (phút thứ 11)

3. *Trường đoạn Đào tẩu* (phút thứ 18):
- (phút 19) vụ cưỡng bức (vấn đề gây ra sự việc kịch tính: thúc đẩy dẫn tới những chuyện về sau, làm mọi việc phức tạp hơn)
- (phút thứ 20 1/2) cảnh bắn súng (hành động, khủng hoảng)
- bỏ trốn (giải pháp)

4. *Trường đoạn chạy trốn thứ nhất* (phút 21)
- lái xe: không có kế hoạch (vấn đề)
- phòng khách sạn: lên kế hoạch (vấn đề được giải quyết)

5. *Trường đoạn mất tiền*:
- (phút 45) gặp nhân vật Brad Pitt
- đi lòng vòng trốn cảnh sát; Jimmy gặp Louise ở khách sạn (lực cản trên đường)
- (phút 60) Thelma làm tình với Pitt, Jimmy và Louise nói lời tạm biệt
- nhận ra: mất tiền trong phòng (khủng hoảng)
- (phút 66) phát hiện ra Pitt đánh cắp tiền của họ (cao trào, giải pháp) - đoạn giật lùi chính.

6. *Trường đoạn Thelma kiểm soát tình hình*:
- (phút 71) Thelma cướp cửa hàng - đoạn giật lùi chính: điểm không thể quay đầu.

7. *Trường đoạn tiến tới Mexico* (xây dựng xung quanh tên lái xe tải thô lỗ)
- (phút 74) cuộc chạm trán đầu tiên với tên lái xe tải
- Pitt ở đồn cảnh sát
- Thelma gọi điện cho Darryl, nhận ra cảnh sát đang ở đó (tình huống căng thẳng)
- Lái xe qua đêm
(trường đoạn này kéo dài 75 phút)
- (phút 89) cuộc chạm trán thứ hai với tên lái xe tải
- Thelma hỏi Louise có phải cô đã từng bị cưỡng bức ở Texas
- Cảnh sát tăng tốc đuổi theo họ
- nhốt tên cảnh sát trong thùng xe
- Thelma và Louise tranh luận trên đường chạy trốn
- Thelma gọi điện cho cảnh sát
- Thelma và Louise nói về việc không thể quay trở lại
(trường đoạn này kéo dài 16 phút)
- (phút 105) cuộc chạm trán thứ 3 với tên lái xe tải
- (phút 108) họ bắn tung chiếc xe tải - cao trào của trường đoạn

8. *Trường đoạn rượt đuổi cuối cùng:*
- (phút 111) cảnh sát bắt đầu rượt đuổi họ
- họ bị dồn vào vách đá
- (phút 120) họ lao xe qua vách đá

Bạn có thể nhìn thấy một khuôn mẫu rõ rệt trong mỗi trường đoạn:

Thành lập >>> vấn đề xuất hiện >>> giải pháp cho vấn đề >>> hành động >>> khủng hoảng >>> cao trào >>> kết quả cuối cùng

Những mục tiêu của trường đoạn
Trong mỗi trường đoạn, nhân vật trung tâm sẽ có một mục tiêu cụ thể, mà họ tin rằng đó là một bước đi chắc chắn để tiến tới mục tiêu của toàn bộ kịch bản (hoàn thành mục đích của họ). Điều đó không có nghĩa rằng không có sự phát triển mục tiêu của nhân vật để dẫn tới sự chuyển biến của nhân vật. Do đó:
- Mục tiêu của trường đoạn xuất phát từ mục tiêu tổng thể
- Mục tiêu của mỗi trường đoạn phải khác nhau
- Nó phải có tác dụng đẩy hành động lên cao dần (mục tiêu của trường đoạn sau mạnh hơn trường đoạn trước)

Trong một trường đoạn, mỗi một nỗ lực để đạt tới mục tiêu đều phải gặp khó khăn và thường sẽ dẫn tới thất bại ở lần đầu tiên, sau đó họ cố gắng một lần nữa. Mỗi một nỗ lực cản sẽ liên quan đến việc nhân vật hình thành một chiến lược mới hoặc cách tiếp cận mới. Cuối cùng, nỗ lực đó hoặc thất bại, hoặc thành công, hoặc bị gián đoạn. Phần chính của bất kỳ một trường đoạn kịch tính nào là việc nhân vật đấu tranh để đạt được mục tiêu của trường đoạn. Việc đấu tranh sinh ra từ những lực cản và mâu thuẫn.

Trường đoạn giật lùi
Các trường đoạn thường sử dụng giật lùi, đảo ngược như là một lực đẩy đưa vào trường đoạn kế sau. Những đoạn giật lùi có thể không làm thay đổi định hướng câu chuyện nhưng nó làm thay đổi vận mệnh của nhân vật, khiến họ phải thay đổi chiến lược để đạt tới mục tiêu. Những đoạn giật lùi cũng gợi ý cho định hướng sẽ được áp dụng ở trường đoạn sau. Hãy quay trở lại nghiên cứu các trường đoạn trong *Thelma and Louise* bạn sẽ thấy nó được áp dụng như thế nào.

Phát hiện
Sau một đoạn giật lùi, trong một khoảnh khắc, nhân vật chợt nhận ra rằng phương pháp và/hoặc mục tiêu trường đoạn của họ cần bị huỷ bỏ, có thể nó không phải là nhận thức cụ thể nhưng thường được thể hiện qua hành động rõ rệt nào đó ám chị đến sự thay đổi chiến lược cũ.

Bối cảnh và nội dung:
Chẳng có nguyên tắc nào quy định có bao nhiêu trường đoạn cần có trong kịch bản của bạn, bạn cần biết cách nối ý tưởng sau mỗi trường đoạn (bối cảnh). Sau đó bạn sẽ tìm thấy nội dung cần bám theo.

Hãy tạo ra một trường đoạn xoay quanh ý tưởng về sự khởi hành: Bối cảnh: một thanh niên trẻ bay tới một nơi xa lạ để nhận một công việc mới. Mở: chúng ta bắt đầu với nhân vật trung tâm thức dậy vào buổi sáng, cạo râu, mặc đồ, thu xếp hành lý và rời nhà. Thân: cho hành lý lên xe và đi tới sân bay, họ có thể ghé qua tạm biệt một người bạn rồi ra sân bay. Kết: làm thủ tục check-in ở sân bay, cảnh chia tay đẫm nước mắt với gia đình và biến mất khi đi vào trong ga sân bay, lên máy bay và bay đi… nhưng có một điều gì đó không ổn. Điều gì vậy? Bạn hãy tự quyết định!

Bất chợt bạn sáng tạo ra một series khoảng 5 (hoặc hơn) cảnh trong mỗi phần của 3 phần trên và đắp thịt vào trường đoạn đó. Bạn đã tạo ra nội dung - khoảng 6-8 trang kịch bản.

Hãy tạo ra trường đoạn kế tiếp (mở-thân-kết) dựa trên ý tưởng một chuyến bay, một chuyến đi hoặc một điểm đến.

Hãy chia nhỏ câu chuyện trong kịch bản thành các trường đoạn, gạch đầu dòng từng phần. Tưởng tượng xem nó sẽ được chuẩn bị thế nào khi tung ra DVD: bạn sẽ sáng tạo ra những "chương" nào và bạn đặt tên chúng ra sao?

Cảnh

Nếu bạn muốn hiểu cấu trúc của một cảnh, hãy tìm đến Stanislavaky và đọc xem một diễn viên sẽ tìm kiếm điều gì trong một cảnh. Mỗi người muốn điều gì? Điểm xung đột giữa họ xuất hiện ở đâu? Cảnh thay đổi và chuyển hướng ở đâu?

Larry Ferguson

Biên kịch: *The Hunt For Red October Alien 3, Maximum Risk, Rollerball* (2000)

Cảnh là một đơn thành tố quan trọng trong một kịch bản. Cảnh là nơi có một sự việc gì đó xảy ra, một điều cụ thể nào đó xảy ra. Cảnh là một đơn vị hành động riêng biệt - nơi bạn kể câu chuyện của mình và là bố cục bạn đề ra cho xung đột kịch tính

Hãy nghĩ đến bộ phim ưa thích của bạn; bạn nhớ điều gì nhất? Không phải toàn bộ cả phim, chỉ những cảnh thật hay: *Psycho* - cảnh trong nhà tắm, *Butch Cassidy and the Sundance Kid* - cả đôi nhảy xuống vách núi; *Casblanca* - cảnh "Chơi tiếp đi Sam!" hoặc cảnh chuẩn bị khởi hành ở sân bay; *Reservoir Dogs* - cảnh cắt tai trong nền nhạc pop vui vẻ; *When Harry Met Sally* - cảnh giả vờ đạt khoái cảm; *Apocalypse Now* - cảnh đoàn trực thăng tiến vào hoặc cảnh nổ tung cuối cùng; cảnh Tom Cruise treo mình trước máy tính (phim *Mission Impossible*); điệu nhảy tango trong *Scent Of A Woman*. Những cảnh tuyệt vời tạo nên những bộ phim tuyệt vời.

Theo định nghĩa, một cảnh bước vào mỗi khi có sự thay đổi về không giạn hoặc thời gian.

Mục đích của một cảnh là đẩy câu chuyện tiến về phía trước. Một kịch bản được cấu thành từ rất nhiều cảnh - số lượng cảnh là bao nhiêu, không quan trọng. Kịch bản của bạn cần có chính xác số cảnh cần thiết để kể được một câu chuyện kịch tính và hiệu quả - không hơn, không kém.

Một cảnh ngắn hay dài hoàn toàn tuỳ thuộc vào yêu cầu của riêng nó. Có thể chỉ là một câu, một dòng, hoặc vài từ. Cũng có thể kéo dài vài trang. Tuy nhiên, Người đọc cau mày trước những cảnh dài quá ba trang (3 phút). Những nhà biên kịch trẻ luôn cho vào quá nhiều thoại và chi tiết, và thường thất bại khi đi tìm phần mở và kết. Chính câu chuyện của bạn sẽ quyết định độ ngắn dài các cảnh, vì thế hãy tin vào câu chuyện của mình.

Tuy nhiên, một cảnh thì phức tạp hơn thế. Nó là một phần của tổng thể hoặc là một thành tố trong cấu trúc lớn hơn - kịch bản. Hãy nghĩ tới bộ chế hòa khí trong xe ôtô: mục đích của nó là nhằm hỗ trợ hoạt động của xe; bỏ nó ra, xe sẽ không hoạt động. Trong một kịch bản, nếu lấy ra một cảnh, kịch bản sẽ (hoặc bị) bị phá hỏng. Cũng như một bộ chế hoà khí, cảnh cũng có cơ chế hoạt động riêng. Hãy nhìn vào một cảnh dưới góc độ chức năng kép: như là một thành phần độc lập và như một bộ phận chức năng trong một tổng thể lớn hơn.

Các cảnh thường bước vào trong 3 dạng: hình ảnh (nơi một điều gì đó xảy ra, không có thoại - cảnh hành động hoặc một cảnh chuyển tiếp/cầu nối); thoại (ví

dụ: một đoạn hội thoại giữa 1-2 nhân vật) và những cảnh kịch tính (kết hợp giữa hình ảnh và thoại)

Những cảnh hình ảnh thường ngắn và không kịch tính; mục đích chỉ là để kết nối giữa các cảnh và là cầu nối giữa những phần khác nhau của hành động. Ví dụ:

NGOẠI. ĐƯỜNG PHỐ PHILADENPHIA.NGÀY
Xe của John đang đi trên đường về nhà

… hoặc chúng đóng vai trò một cảnh thiết lập chuẩn bị cho cảnh kịch tính phía sau. Ví dụ:
NGOẠI. HONGKONG. KHU CHỢ. NGÀY
Đông đúc. Đầy những người bán hàng phương Đông và người Anh. Bạn có thể mua được bất cứ thứ gì ở đây. Điện tử, đồ nội thất, thức ăn. Bất cứ thứ gì.

…đôi khi chúng đóng cả hai vai trò

Những cảnh có ít hoặc không có cấu trúc bên trong thường không thể đẩy câu chuyện tiến lên (hoặc mở ra) một khủng hoảng để dẫn tới cao trào. Mục đích của các cảnh chỉ đơn giản nhằm đẩy câu chuyện của bạn hoặc các nhân vật đi từ A đến B mà không gây hẫng cho khán giả.

Điều cần nhớ khi viết thoại cho cảnh đó là: bạn đang làm việc trong một phần hình ảnh độc lập. Một cảnh chỉ có thoại có thể gây ra cảm giác chịu đựng nếu quá dài. Vì thế đừng để những cảnh thoại dài quá 3 trang (3 phút); Người đọc thẩm định kịch bản có thể không thích như thế và điều này thể hiện sự thiếu chuyên nghiệp đối với lĩnh vực bạn đang bước vào. Dĩ nhiên bạn có thể tìm thấy một vài ngoại lệ, nhưng hầu hết các cảnh chỉ kéo dài trong khoảng từ 1/4 đến 3 trang.- nên nhớ rằng đó là một tập hợp của những hình ảnh chụp lướt nhanh.

> Xung đột là kịch tính, đúng như thế. Nhưng một cảnh kịch tính hấp dẫn có thể là về một cuộc tranh luận đối với người rửa bát đĩa nhưng dữ dội như một vụ đâm xe lửa
>
> *Mal Young*
>
> Trưởng nhóm Drama Series, BBC

Nếu bạn thích, các cảnh kịch tính có thể là cảnh “lý tưởng” với bộ khung mở-thân-kết; mặc dù không phải tất cả đều được chiếu trên màn hình; tùy vào quyết định của bạn. Những cảnh này có tác dụng thúc đẩy cấu trúc tổng thể và biểu đạt rõ hơn tuyến nhân vật. Chúng đẩy những xung đột leo thang dần trong câu

chuyện của bạn cho tới khi lên đến điểm khủng hỏang và cuối cùng là đạt tới cao trào.

Mỗi một cảnh kịch tính gồm có:
- chủ đề: nhân vật đang làm gì?
- thoại: họ đang nói gì?
- ý ngầm: điều gì thực sự đang xảy ra bên dưới lớp bề mặt hoặc ý nghĩa của hành động và lời nói.

Nên nhớ rằng, trong kịch bản của bạn, mọi hình ảnh, từng đoạn mô tả, và đặc biệt là từng dòng thoại phải hoặc là (a) có tác dụng thúc đẩy hành động của cốt truyện, (b) mô tả nhân vật hoặc (c) tốt hơn cả là đạt được cả hai điều trên. Nếu cảnh đó không thể hiện được điều trên, bạn nên tự hỏi liệu có cách nào thể hiện tốt hơn chăng? (giàu hình ảnh hơn?) hoặc liệu cảnh đó có thực sự cần thiết?. Hãy xem xét kỹ những kịch bản chuẩn mực (như *Witness, L.A Confidential, Out of sight, Tootsie, Misery, Maverick, The Usual suspects, Speed*, hoặc là những bộ phim trong Chương 7) và bạn sẽ thấy từng lời thoại được đưa ra hợp lý đến thế nào và hãy đánh giá khoảng cách của nó trên trang giấy. Công việc của bạn là chọn những cảnh nào nên chiếu và không nên chiếu ra .

Một cảnh dựng lên cần 2 yếu tố:
- bối cảnh chung chung
- nội dung cụ thể

Bối cảnh chính là thời gian và không gian diễn ra cảnh đó:
- không gian: NỘI hay NGOẠI.
- thời gian: chọn NGÀY hoặc ĐÊM (chương 2)

Ta có:
NỘI. BẾP – NGÀY
hoặc
NGOẠI. ĐƯỜNG PHỐ - ĐÊM

Khi có một thay đổi về không gian hoặc thời gian, tức là ta đã có một cảnh mới.

Đối với nội dung, mỗi cảnh phải thể hiện ít nhất một thông tin cần thiết của chuyện cho khán giả được biết. Thông tin nhận được đó chính là mục đích của cảnh. Ngay cả khi cảnh đó chỉ có chức năng cầu nối, nó cho biết chúng ta đang chuyển sang một địa điểm mới.

Cũng giống như kịch bản của bạn và một trường đoạn, mỗi một cảnh kịch tính đều có mở-thân-kết – nhưng bạn là người quyết định xem phần nào được thể hiện ra. Bạn đang tìm kiếm sự va chạm đạt kịch tính tột độ. Một lần nữa, xin nhắc lại, chẳng có quy tắc nào cả, chính câu chuyện sẽ bảo bạn biết phải làm gì.

> Tôi không bao giờ bước vào cảnh cho đến tận phút cuối cùng, nghĩa là trước khi kết thúc một hành động cụ thể của cảnh trước. Ngay khi nó vừa kết thúc, tôi sẽ biến khỏi nó ngay lập tức!
>
> *William Goldman*

Mẹo: Khi bạn viết một cảnh, hãy sử dụng kỹ thuật tiêu chuẩn mà hầu hết các biên kịch đều áp dụng: cắt đi phần mở và kết. Sau đó cô đọng thông tin còn lại. Cảnh của bạn khi đó chỉ còn lại một nửa so với độ dài gốc, nhưng nó lại chặt chẽ gấp đôi. Nếu chưa ổn, hãy cắt tiếp phần đầu và cuối, tiếp tục cô đọng phần còn lại cho đến khi bạn cảm thấy hài lòng. Hãy coi một cảnh như việc đi dự tiệc: đến muộn và về sớm.

Tạo ra một cảnh

Đối với các trường đoạn, đầu tiên phải tạo ra bối cảnh (mục đích, không gian, thời gian) cho cảnh của bạn, sau đó nội dung sẽ tiếp nối. Để tạo ra bối cảnh, hãy tự hỏi:

- Điều gì xảy ra trong cảnh này?
- Mỗi nhân vật trong cảnh này muốn gì, muốn điều gì xảy ra, muốn ngăn cản điều gì ở phút cuối?
- Cảnh diễn ra ở đâu?
- Cảnh diễn ra vào thời gian nào?
- Mục đích của cảnh này?
- Tại sao cảnh lại đặt ở đây?
- Nó có tác dụng thúc đẩy câu chuyện như thế nào?
- Chuyện gì xảy ra trong cảnh này để câu chuyện tiến lên?

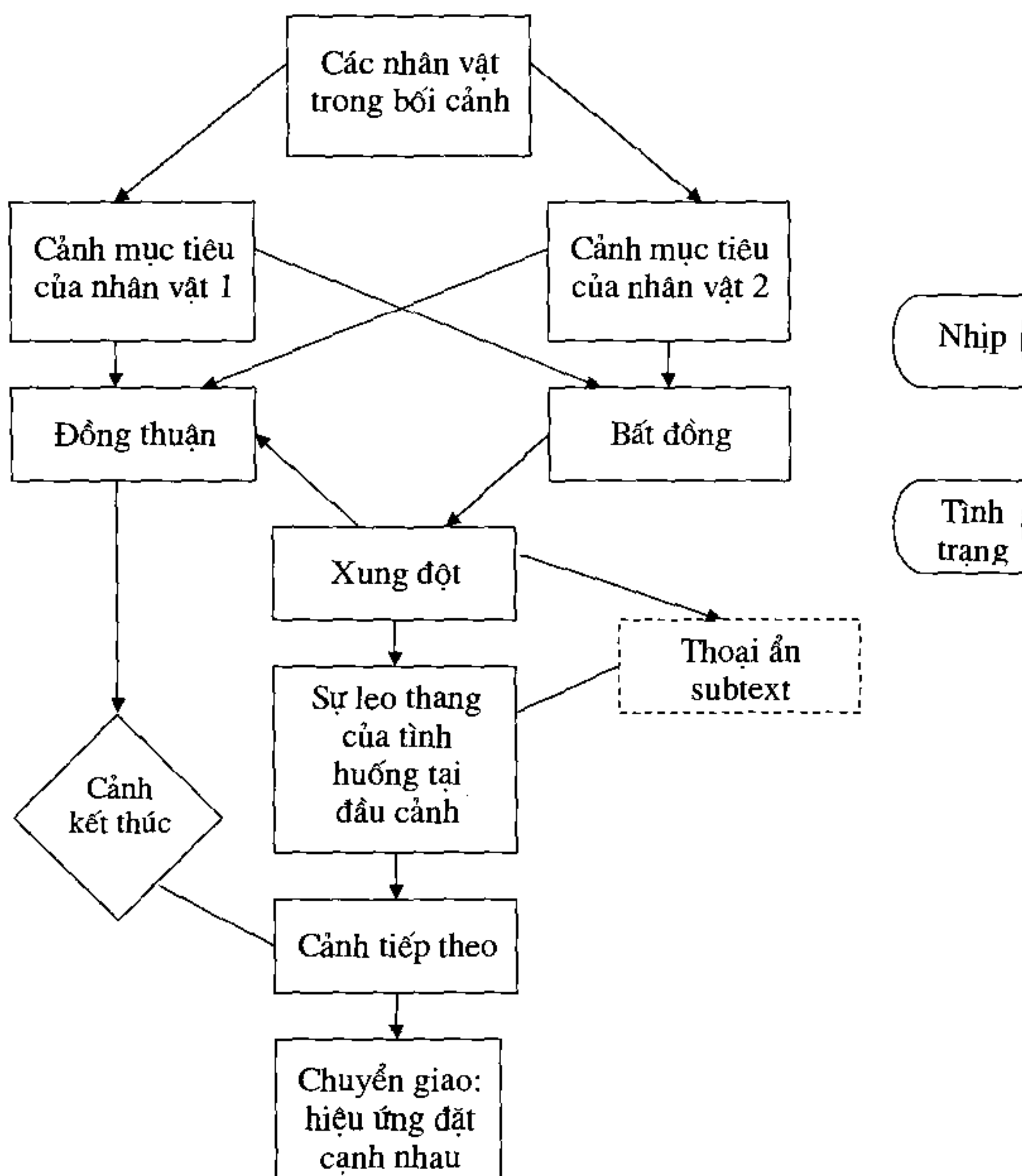
Một diễn viên sẽ tiếp cận một cảnh bằng cách tìm ra xem nhân vật của họ làm gì trong đó; họ đã ở đâu và họ đã làm gì kể từ lần xuất hiện cuối cùng trong kịch bản; họ đã làm gì ngay trước khi cảnh xảy ra; họ đang đi đâu và sẽ đi đâu sau đó, mục đích của họ trong cảnh này và lí do họ ở đây. Là một nhà biên kịch, bạn cũng phải nắm được những điều này.

Với bạn, sẽ rất quan trọng khi biết điều gì xảy ra trong các cảnh (khoảng thời gian thực), và đồng thời điều gì xảy ra giữa các cảnh (khoảng thời gian bị bỏ qua) - điều mà bạn chọn không thể hiện ra. Hãy cẩn thận với các quyết định liên quan đến những cảnh bạn chọn không thể hiện ra vì chúng cũng quan trọng như những cảnh bạn chọn để thể hiện trên màn hình. Bạn bỏ qua những gì khán giả có thể tự suy ra (Chương 1). Bạn phải tự kiểm soát việc này! Hãy tự hỏi bản thân:

- Nhân vật của tôi đã đi ra khỏi cảnh trước và bước vào cảnh này như thế nào?
- Trong suốt thời gian đó, họ làm gì?
- Trong khi tôi đang tập trung vào nhân vật X và Y của cảnh này, các nhân vật khác làm gì khi cảnh đang diễn ra?
- Các nhân vật khác làm gì giữa các cảnh

Bạn cũng cần biết tại sao các nhân vật có trong cảnh này và những hành động, lời nói của họ để đẩy câu chuyện tiến lên. Nếu bạn không biết thì ai biết chứ?

Bảng dưới đây sẽ giúp bạn tiếp cận được với cấu trúc của cảnh.



Không gian/Địa điểm

Không gian mà bạn chọn có thể giúp làm kịch tính hóa các sự kiện đang diễn ra ở đó; nếu không thì có lẽ bạn đã chọn sai địa điểm. Hãy luôn tìm kiếm xung đột: gia tăng căng thẳng bằng cách tạo ra khó khăn và thêm nhiều hơn nữa.

- Tìm kiếm những gì không hiển hiện, một bối cảnh thật kịch tính cho cảnh của bạn. Ví dụ với phim *Edward Scissorhands*, Edward không sợ ngồi trên sofa (một sự lựa chọn trung lập - giới hạn tiềm năng hành động), mà sợ giường nước: một nơi không chỉ tạo ra hình ảnh thú vị và hài hước mà còn là nơi mà tay của anh ta có thể gây ra rắc rối. Vì thế, nếu bạn muốn tạo ra một cảnh tình yêu lãng mạn, bối cảnh kịch tính thú vị sẽ diễn ra ở đâu? Trong phòng ngủ, sân trước của garage, trong căn phòng nhỏ ở đại sảnh nhà hát giao hưởng, trong vườn thú – trước một con sư tử? Hãy đi tìm một cái gì đó bất bình thường. Lưu ý rằng những địa điểm bị giới hạn hoặc hạn chế (tàu ngầm, tàu vũ trụ, máy bay, tàu điện ngầm, ôtô, nhà kho, vv.) - một nơi mà nhân vật không thể thoát ra được - thường tạo cảm giác kịch tính cao độ (*Speed, Crimson Tide, Panic Room, The Others*). Glengarry Glen Ross đã khai thác chặt chẽ tiềm năng của nỗi sợ ám ảnh trong cả văn phòng và quán bar; *Cherish* có một nhân vật trung tâm bị buộc phải đeo chip điện tử và không thể ra khỏi căn hộ của mình; một cái cũi tinh thần rơi xuống trong *Spider – man.*
- Bạn có thể kịch tính hóa cảnh "éo le" này không? Một cặp tình nhân đang định ân ái trong khoang riêng tại phòng hoà nhạc. Họ vừa định hôn nhau thì một đôi khác tiến vào và lấy chỗ của họ, cặp tình nhân kia buộc phải dừng lại. Họ có nán lại nghe nhạc, hay tiếp tục chuyện ân ái ở một nơi khác? Bạn hãy cho vào đó chút xung đột, tạo ra khó khăn, khiến cho nhân vật trăn trở: nên ở lại hay nên bỏ đi?
- Bạn có thể làm gia tăng xúc cảm bằng việc sử dụng yếu tố thời tiết. Hãy nghĩ xem có bao nhiêu cảnh tràn đầy cảm xúc khi diễn ra dưới trời mưa như trút (*Apocalypse Now, The Piano, Spider Man, Road To Perdition, Witness*, cảnh cuối cùng của *Breakfast At Tiffany's, Four Wedding And A Funeral*, và toàn bộ hồi 3 của *American Beauty*). Mưa vốn dĩ rất kịch tính – cũng như bão, sấm chớp, lốc xoáy, bão cát, biển động, vv. Hãy nghĩ đến không gian trống trải lạnh lẽo của mùa đông trong *Fargo, Misery, Affliction* và *Insomnia*. Bạn có thể nghĩ ra những cảnh khác nơi thời tiết đóng vai trò quan trọng?

Nội dung

Bằng việc tạo ra bối cảnh bạn đã quyết định mục đích kịch tính của cảnh; bạn có thể bắt đầu xây dựng cảnh qua từng lời thoại hoặc qua từng hành động và tạo ra nội dung. Chúng ta sẽ xoay xở thế nào đây? Trước tiên hãy tìm ra một yếu tố trong cảnh đó. Với mỗi nhân vật trong cảnh, hãy hỏi những câu sau:

- Những yếu tố nào trong đời sống của nhân vật (nghề nghiệp, đời tư) sẽ bị lộ ra?
- Mục đích của họ trong cảnh này? Họ muốn làm gì hoặc muốn đạt được gì? Họ muốn điều gì xảy ra hoặc muốn ngăn không cho điều gì xảy ra?
- Có thỏa thuận nào không? (nếu có, cảnh của bạn đã kết thúc và bạn chuyển sang cảnh kế tiếp)
- Có sự bất đồng nào không? Đó có phải là xung đột? Nó là gì vậy? Loại nào? Ý ngầm là gì? Cảnh đó có đẩy tình huống leo thang ở ngay từ đầu cảnh (nếu có, hãy tiếp tục)
- Có vụ đặt cược nào trong cảnh? Theo hướng nào?
- Điều gì đã thay đổi ở cuối cảnh so với lúc mới bước vào cảnh?

Hãy tự hỏi bản thân về thái độ của các nhân vật:

- Thái độ khái quát của nhân vật trong tổng thể kịch bản?
- Thái độ của nhân vật trong từng cảnh cụ thể, ở cả đầu và cuối cảnh? Có thay đổi không? nếu có, thay đổi thế nào?

Hãy tự hỏi bản thân hai câu hỏi cuối trong mối tương quan với vị thế của nhân vật trong cảnh đó.

Cuối cùng, hãy tự hỏi bản thân nếu cảnh này đưa nhân vật trung tâm tiến một bước (lớn hoặc nhỏ) gần hơn với mục tiêu ở cuối kịch bản (và trường đoạn). Liệu nó có liên hệ gì với cao trào ở Hồi 3?

Nếu cảnh này không làm được những điều trên, hãy bỏ qua, dù rằng cảnh đó có xuất sắc đến đâu đi nữa.

Khủng hoảng và cao trào

Như đã nói ở trên, một cảnh kịch tính thường có cấu trúc bên trong. Nó sẽ đưa tớớ một khủng khỏang và sau đó là cao trào - thực tế, có thể có một series các khủng hoảng nhỏ nội tại trước khi khủng hoảng chính của cảnh ập tới. Hãy xem lại định nghĩa:

- Khủng hoảng là một khoảnh khắc trong một cảnh buộc phải đưa ra quyết định và gây ra một thay đổi trong nhân vật hoặc câu chuyện.

Sau cuộc khủng hoảng, lực đẩy diễn ra trong cảnh hoặc trong Hồi được sắp xếp lại. Một cuộc khủng hoảng chính xuất hiện, đó chính là điểm ngoặt.

- Cao trào là khoảnh khắc trong một cảnh nhằm giải quyết khủng hoảng theo một cách nào đó.

Nhân vật vén màn bí mật

Trong hầu hết các cảnh, nhân vật của bạn sẽ phát hiện ra một điều gì đó, nhận ra một điều gì đó hoặc vén màn bí mật nào đó. Họ sẽ thu được kiến thức. Điều này ảnh hưởng đến mạch chuyện, sự phát triển của nhân vật hoặc cả hai điều trên. Khám phá này có thể kịch tính hoặc đơn giản là có ý nghĩa, tùy thuộc vào câu chuyện của bạn.

Hệ quả của cảnh

Cần hiểu rằng mỗi cảnh sẽ mở ra một cảnh tiếp sau (không ít thì nhiều) và dĩ nhiên những sự kiện trong một cảnh gây ra những sự việc hệ quả. Tính hệ quả là một phần thiết yếu trong việc cấu trúc kịch bản; nó giúp bạn xác định hay thậm chí cấu trúc cốt truyện của bạn và nó là một công cụ tạo ra đòn bẩy cực mạnh (chương 10). Nên nhớ rằng “việc bùng nổ năng lượng” tương tự như tôi đã đề cập ở cuối chương 7.

Cảnh kết thúc - viết ngược

Việc xác định được kịch bản của bạn trước khi viết và viết đoạn kết của mỗi hồi trước khi bước vào hồi đó cũng quan trọng như việc biết kết thúc của cảnh. Tuy nhiên việc viết mỗi cảnh luôn là một sự khám phá. Khi bạn tìm được đoạn kết của cảnh, bạn sẽ thấy chính mình đi ngược trở lại để viết dưới ánh sáng của kiến thức mới.

Cuối cùng, cân nhắc hiệu ứng mà bạn tạo ra (hoặc muốn tạo ra) bằng cách so sánh cảnh đó với cảnh trước và cảnh sau. Bạn có đang cố để tạo ra một sự chuyển biến, đối lập, mâu thuẫn, hài hước, mỉa mai hay thứ gì đó?

Hồi tưởng

Hồi tưởng là một kỹ thuật đưa ra những hình ảnh đã xuất hiện trong quá khứ để mở rộng hơn nữa nhận thức của khán giả đối với câu chuyện, nhân vật, tình huống hiện tại. Người ta có xu hướng sa đà vào những đoạn hồi tưởng trong một kịch bản, nhưng đối với Người đọc tẩm định, sử dụng quá nhiều hồi tưởng sẽ bị cho là tùy tiện và có vấn đề trong kịch bản. Hãy kể câu chuyện thông qua hành động, chứ không phải qua hồi tưởng; nếu bạn sử dụng hồi tưởng, hãy sử dụng một cách thận trọng và hiệu quả. Điều tương tự cũng áp đụng đối với những đoạn tưởng tượng về tương lai.

Cảnh diễn ra trong một toà nhà văn phòng hiện đại. Richard là một chuyên gia về báo cáo kê khai: 43 tuổi, tác phong công nghiệp, một người đáng tin, hơi ủy mị và dễ xấu hổ. Sếp của anh ta, Steve, một người đầy tham vọng: 28 tuổi, làm việc điên cuồng, tập trung cao độ, anh ta ghét người lớn tuổi vì cho rằng họ đều chậm chạp. Có ai đó đã gây ra một lỗi nghiêm trọng trong báo cáo kê khai: Richard biết rằng đó không phải lỗi của mình, nghi ngờ là do sếp gây ra, nhưng ai đó phải là người nhận trách nhiệm. Steve đang ở trong văn phòng, nói chuyện với Richard. Hãy viết cảnh này.

Hãy thay đổi bố cục của cảnh (ưu tiên trong tòa nhà) và đan xen những mâu thuẫn (trực tiếp, gián tiếp, hãy nghĩ tới ý ngầm) để làm phức tạp hóa, làm hành động thêm căng thẳng. Đưa ra những đối lập giữa các nhân vật, mối quan hệ của họ, để cho chúng ta hiểu hơn về nhân vật, chờ đợi một xung đột xa hơn ở phía trước. Bạn đưa ra điều gì? Làm sao để kịch tính hóa hơn nữa? Mục đích của cảnh mang tới điều gì? Bạn có thể bỏ đi thoại trong cảnh đó? Hãy sử dụng tiềm năng của không gian.

Nếu bạn đã viết xong một vài cảnh cho kịch bản của bạn, hãy thử tập thay đổi bố cục của cảnh xem sao?

Thoại

Thoại là hành động bằng lời nhằm đẩy câu chuyện tiến lên, thoại xuất phát từ chính nhu cầu và mong muốn của nhân vật trong phạm vi của cảnh.

> Đôi khi bạn ăn trộm câu thoại bạn nghe được ở đâu đó. Nhưng thường thì cách tôi viết thoại như sau: tôi hình dung ra đoạn hội thoại nên dài bao nhiêu - một, hai hoặc ba trang, cảnh đó hỗ trợ như thế nào, có bao nhiêu điểm tôi cần đưa ra trong đoạn thoại đó - hoặc là thông tin hoặc là sự phát triển của nhân vật. Sau đó tôi bắt đầu đi vào từng lời thoại… sử dụng những gì thật tự nhiên để đi từ điểm này đến điểm khác.
>
> *Paul Schrader*
> Biên kịch: *Taxi Driver, Affliction, Mishima, Raging Bull, Bringing Out The Dead*

Thoại là cách dễ nhất để truyền tải câu chuyện và thông tin nhân vật. Do đó, đa số những nhà biên kịch trẻ đều tập trung quá nhiều vào thoại, mà lơ là các yếu tố khác, các nguồn thông tin trong một kịch bản cần phải được chia sẽ từ nhiều yếu tố cấu thành nên kịch bản.
Viết kịch bản là việc học cách sử dụng mọi hình thức biểu đạt sao cho đạt hiệu quả nhất và thích hợp nhất: hình ảnh hành động, phục trang, âm thanh, bối cảnh, ý ngầm, vv. Nhìn chung thoại là hình thức cuối cùng mà nhà biên kịch sử dụng sau khi đã cố thử mọi cách biểu đạt khác.

Bạn có thấy đoạn thoại nào thừa ở trong *Witness*? Liệu nó có đi ngược lại sự mong đợi của bạn, ngược lại với ý nghĩa của câu chuyện và nhân vật hay việc ít thoại càng nói lên nhiều điều hơn?

> Đừng bao giờ để nhân vật lên tiếng trừ khi anh ta có điều gì đó cần nói
>
> Đạo diễn *John Huston*

Ban đầu, phim chỉ là một phương tiện hình ảnh. Hình ảnh, chứ không phải ngôn từ, là điều cơ bản. Hãy chấp nhận quy tắc này: chiếu hình, đừng nói gì cả! Dù rằng lối viết thoại phi cốt truyện và rất thông minh của Quentin Tarantino khá nổi tiếng (nên nhớ rằng ông ta cũng là một đạo diễn), nhưng nên ưu tiên thể hiện một đặc điểm của nhân vật qua hình ảnh hơn là nói ra trong lời thoại. Mặc dù phim truyền hình có nhiều thoại hơn phim truyện nhựa, các nhà biên kịch truyền hình cũng nên thể hiện kịch bản bằng hình ảnh. Hãy nghĩ bằng hình ảnh: tưởng tượng ra nhân vật của bạn, từng chi tiết trong cách cư xử - ngôn ngữ hình thể,

cử chỉ, ánh nhìn vô thức, thói quen, vv. – khi bạn viết thoại. Nên nhớ rằng, các nhân vật tương tác với nhau.

Thoại thể hiện những chức năng nhất định:

- Cung cấp thông tin
- Đẩy câu chuyện tiến lên
- Đi sâu hơn vào nhân vật bằng việc bộc lộ cảm xúc, tâm trạng, cảm giác, ý định (qua ý ngầm) và bằng việc nói với chúng ta rằng điều gì là khó khăn, tốn thời gian thông qua hành động của nhân vật
- Đưa ra những sự việc, thông tin (đặc biệt là động cơ) trong quá khứ, từ câu chuyện nền, khi đó việc dùng thoại sẽ tránh được sử dụng hồi tưởng.
- Bổ sung thêm vào nhịp điệu và nhịp độ của kịch bản bằng cách góp phần tạo ra không khí cho mỗi cảnh, và cho phong cách của kịch bản (sống động và ranh mãnh như Butch *Cassidy And The Sundance Kid, Pulp Fiction, Maverick*; kiệm lời như *Witness, Death In Venice*; khác biệt như *Blade Runner, Fight Club, Memento, Brazil*; tự nhiên như *Billy Elliot, Good Will Hunting, Sweet Sixteen*)
- kết nối các cảnh thông qua tính liên tiếp
- gợi ý sự hiện diện của một đối tượng, sự việc hay người nào đó không chiếu trên hình bằng cách sử dụng thoại ngoài hình

Tất cả các lời thoại mà nhân vật nói nên xuất phát từ nhu cầu của họ muốn có được thứ gì đó trong cảnh này hoặc cảnh sau. Tính chất tự nhiên của một đoạn thoại hay chính là nguồn gốc của nó, nó xuất phát từ nhu cầu tức thời của nhân vật tại một thời điểm nhất định trong cảnh và tại chính điểm mấu chốt của cốt truyện, và đồng thời nó cũng đi ra từ những mục đích xuyên suốt trong câu chuyện kịch bản.

Thoại trên hình không giống lời thoại hàng ngày. Điều mà bạn khao khát chính là lời thoại hiệu quả để tạo ra ảo ảnh cho một cuộc nói chuyện chân thực. Lời thoại hiệu quả nghe phải thật tự nhiên; nó phải đem tới một cảm giác đối thoại chân thực nhưng thực ra nó được cấu trúc phức tạp hơn những lời thoại thông thường trong cuộc sống hàng ngày. Thoại hiệu quả thường kiệm lời hơn và trực tiếp hơn so với thoại trong cuộc sống thực.

Hãy ghi âm những đoạn đối thoại của mọi người và nghe lại; bạn sẽ thấy đầy những câu thoại kết thúc nửa vời, ngập ngừng, lặp đi lặp lại, rối tung và hiếm khi tập trung – tông giọng cũng đều đều, thiếu tính văn chương.

Với đối thoại, hiệu quả của thoại trên màn ảnh về cơ bản cần gián tiếp (xem ý ngầm), và chân thực hơn thoại sân khấu. Các nhà biên kịch cũng sử dụng những câu ngập ngừng hoặc nửa vời của thoại hàng ngày, nhưng cuộc đối thoại luôn cô đọng. Ví dụ, hãy xem những đoạn trao đổi trong *Good Will Hunting*, nó thể hiện khả năng ứng khẩu hoạt bát của Matt Damon và Ben Affleck khi viết

kịch bản gốc (có sự hỗ trợ của Robin William trong quá trình quay phim về sau), sản phẩm cuối cùng – chính là các cảnh phim chứa đựng những thông tin cần thiết để truyền tải tại đúng thời điểm: các mục đích của cảnh rất rõ ràng, ý nghĩa xuyên suốt.

Viết kịch bản phải thật tiết kiệm. Thoại hiệu quả không được phép phung phí, với những câu ngắn và cấu trúc đơn giản, sử dụng những ngôn từ thông dụng nhất. Lời thoại phải ngắn và chắc. Thoại hình là để cho tai nghe chứ không phải để đọc bằng mắt. Nguyên tắc cơ bản của thoại (cũng như cách mô tả trong kịch bản) là:

Nói Ít, Gợi Nhiều

Thoại có thể cho chúng ta biết nhân vật nghĩ gì hoặc điều gì đang trăn trở trong đầu họ, nhưng đó cũng có thể là mối nguy hiểm; điều này khiến các nhà biên kịch trẻ trở nên lười biếng.

Những ngôn từ trên hình cần phải sử dụng để mang ý nghĩa hàm ẩn chứ không phải phơi bày rõ rệt. Điều quan trọng của thoại không phải là ý nghĩa văn học trong ngôn từ sử dụng mà là ý nghĩa rút ra được từ chính tình huống của cảnh. Điều không nói ra hoặc cố tình bỏ ngỏ cũng quan trọng như những điều nói ra (xem ý ngầm)

Thoại phải phù hợp với nhân vật, với tâm trạng, cảm xúc của họ trong từng hoàn cảnh cụ thể với nhịp độ và tính biểu hiện đặc trưng của nhân vật. Hãy làm sao để thoại xuất phát từ chính nhân vật, chứ không phải từ người viết kịch bản. Làm một thử nghiệm nhỏ bằng cách lấy ra một đoạn thoại trong cảnh, tráo đổi với đoạn thoại khác, để chính những ngôn từ đó được một nhân vật khác nói ra. Nếu sự thay đổi này, chỉ gây ra chút ít khác biệt, không đáng kể, khi đó nhân vật và thoại của bạn đã không thể hiện được tính đặc trưng cá nhân.

Thoại đạt hiệu quả nhất khi được viết ít và ngắn gọn. Cảm xúc thái quá và những lời thoại tầm thường phun ra ào ào sẽ dẫn tới một sản phẩm melodrama. Khi bạn đạt tới một cảnh thoại cảm xúc, thoại cần phải được giữ cho nhân vật và cho phát ngôn của cá nhân họ. Tránh những câu thoạ sáo mòn, quen thuộc, trừ khi đó là một cách nói quen thuộc của nhân vật.

Hầu hết các đoạn trao đổi thoại trên hình thường ngắn gọn và bốp chát, hai bên đấu khẩu qua lại như đánh bóng bàn; câu thoại trước làm cú hích mở ra cho câu thoại sau, tạo một lực đòn bẩy. Những câu thoại đơn dài dòng đến nửa trang hoặc dài hơn nữa sẽ khiến khán giả xa lánh. Một người đọc thẩm định sẽ giở lướt qua tập kịch bản và nhanh chóng nhìn ra những mảng thoại lớn. Họ sẽ bỏ qua kịch bản; với họ kiểu viết thoại như thế cho thấy người viết kịch bản không hiểu quy tắc viết thoại điện ảnh. Nếu bạn có một đoạn thoại dài trong kịch bản, bạn cần có một lí do chính đáng ví dụ như đoạn tuyên bố “Tên tôi là Maximus…” trong *Gladiator*. Đoạn thoại đầy sức mạnh của Alec Baldwin trong đoạn mở đầu

của *Glengarry Glenn Ross* không chỉ là một màn phát biểu mang đặc tính của nhân vật, nó thể hiện môi trường sống của các nhân vật khác đồng thời cũng đưa ra mục tiêu chính của câu chuyện. (Xin nhắc lại, lưu ý với "nguyên tắc con số 3"). Cũng giống như đoạn phát biểu "tham lam là tốt" của Gordon Gekko trong phim *Wall Street*, đó chính là chân lý trong cuộc đời anh ta. Để tránh những đoạn phát biểu dài dòng, hãy cắt nó ra thành những phần nhỏ. Nếu nhất thiết phải dùng đến thoại dài, hãy sử dụng thận trọng!

Cần ý thức được vai trò của sự im lặng: điều không nói ra trong cảnh cũng quan trọng như điều được nói ra. Diễn viên và đạo diễn học cách sử dụng im lặng như là một công cụ trong chiếc hộp hiệu ứng của họ - bạn cũng nên như thế. Nên nhớ rằng, thoại cũng có thể sử dụng ngòai hình hoặc không có âm thanh (xem chương 2)

Có một điều mà bạn không muốn thoại của mình gặp phải đó là nhận được câu phản ứng như của *Harrison Ford* nói với George Lucas khi đọc bản nháp đầu tiên của *Star War*:

Anh có thể đánh máy ra thứ dở hơi này George ạ, nhưng không thể nói ra lời được.

Hãy xem phim *Rififi*, đặc biệt chú ý đến trường đoạn ăn trộm 30 phút; sau đó xem tiếp 40 phút đầu tiên của *Absolute Power*. Cả hai gần như đều không có thoại. Hãy xem phim và học hỏi. Phim nào hay hơn? Hãy tự tìm ra câu trả lời.

Lời thuyết minh

Các bộ phim hiện nay đang áp dụng ngày càng nhiều những lời thuyết mình và dần dần nó được coi như một quy tắc được chấp nhận trong thời gian gần đây. Tuy nhiên, nó thực chất là một công cụ mang tính văn chương và thường liên quan đến tác phẩm gốc. Lời khuyên của tôi là nên tránh dùng lời thuyết minh, nếu có, cũng dùng hạn chế thôi và thật cẩn thận.

Lời kể thuyết mình có thể sử dụng hiệu quả khi dựng lên câu chuyện:

- Nếu người kể là một nhân vật - thường là nhân vật trung tâm - lời thuyết mình có thể đem đến góc nhìn của kịch bản, một cảm xúc cá nhân, đặc biệt là ở ngay đoạn mở đầu (*Field Of Dreams, Spider Man, The Great Gatsby, L.A Confidential, Rounders, Bridget Jones' Diary, About A Boy, Out Of Africa, American Beauty, Goodfellas, The Quiet American, Fight Club*) – trong các phim trên, bạn có thể kể ra bao nhiêu phim có nguồn gốc từ tác phẩm văn học?
- Nếu người kể không phải là một nhân vật trong phim, lời thuyết minh sẽ mang tính khách quan (*The Lord Of The Rings, Tom Jones*) hoặc tạo ra đối âm (ví dụ, tính hài hước - *George Of The Jungle*; nhí nhảnh – *Amélie*)
- Một vài câu chuyện cần một người kể chuyện để thống nhất cấu trúc truyện (*Goodfellas, Edward Scissorhands, Croupier, Trainspotting, Stand*

By Me, The Ư Wonder Years, Little Big Man, Kind Hearts And Coronets, 84 Charing Cross Road).

- Lời thuyết minh cũng có thể sử dụng khi bạn muốn đưa vào một khỏang nghỉ hoặc một cảm giác trầm tư trong lối kể chuyện (Memento*, Badlands, Sugarland Express*); xem chương 10.

Khi viết kịch bản, bạn dễ có xu hướng quẳng vào đó lời kể thuyết minh, hãy tự hỏi bản thân: liệu cái thông tin mà tôi đang muốn truyền đạt có hay hơn, sáng tạo hơn, giàu hình ảnh hơn không?

Xem phim *Election*, trong đó có lời thuyết minh/góc nhìn của 5 nhân vật. Liệu nó có gây rối không? hay được trình bày rất tốt?

Bất cứ một hướng dẫn nào về viết thoại đều chỉ mang tính gợi ý. Răm rắp đi theo công thức, bạn sẽ thấy câu thoại của mình khô cứng. Cuối cùng, để học cách viết thoại hay, bạn phải học cách lắng nghe: lắng nghe và quan sát xem ý nghĩa được biểu đạt như thế nào, qua hoặc không qua lời nói (trong cuộc sống thực và trên màn hình), lắng nghe những ý nghĩa nằm bên dưới ngôn từ - ý ngầm; lắng nghe giọng nói, cách thể hiện và thậm chí là cả cử chỉ. Hơn tất cả, hãy học cách lắng nghe chính nhân vật của bạn. Nếu bạn làm việc kỹ với nhân vật, bạn sẽ hiểu rõ nhân vật của mình và nhân vật sẽ phát triển một cách chân thực và tự nhiên với từng câu thoại của họ - theo đúng văn phong ngữ pháp của họ. Bạn sẽ thấy rằng chính nhân vật tự viết ra thoại cho họ, nhưng nói thông qua bạn.

> Không thể dạy được cách viết thoại. Bạn hoặc phải có tai để tự lắng nghe, hoặc chẳng có.
>
> *David Edgar.*

Vài mẹo nhỏ:

- Tránh những câu thoại “thường ngày”: xin chào, khách sáo, tạm biệt, vv.
- Đừng nhắc lại những thông tin trong thoại đã xảy ra đâu đó trong thoại trước, những kịch bản của người non tay thường đầy những lỗi lặp lại kiểu này.
- Tránh từ địa phương, viết đầy đủ, không viết tắt: nói với Người đọc thẩm định kịch bản khi bạn giới thiệu nhân vật của mình nói giọng Scots/New Jersey/hay bất cứ giọng địa phương nào. Thỉnh thoảng dùng từ viết tắt nhưng đừng dùng quá nhiều – hãy viết bằng một thứ ngôn ngữ dễ đọc và để diễn viên tự làm nốt phần của mình.
- Nếu bạn muốn nhấn mạnh một điều gì đó hãy cố gắng không sử dụng dấu chấm than; không bao giờ để chữ in nghiêng trong thoại; đừng sử dụng viết hoa (trừ một số ít ngoại lệ); thỉnh thoảng có dòng chữ gạch chân cũng được.
- Không nhất thiết rằng tất cả các câu hỏi trong thoại đều cần có câu trả lời. Việc im lặng, phản ứng hoặc không phản ứng có thể gây ảnh hưởng nhiều hơn lời thoại (ví dụ: *Witness*). Các câu hỏi không nhất thiết phải

được trả lời một cách cụ thể và rõ ràng. Một câu trả lời ẩn ý hoặc gián tiếp có thể bộc lộ tâm trạng của người trả lời.

- Chửi tục: trong các kịch bản hiện đại, chửi tục đã được chấp nhận, nếu bạn muốn sử dụng những lời lẽ khiếm nhã, hãy căn cứ vào bối cảnh: của nhân vật và tình huống. Nếu không, Người đọc thẩm định sẽ có cảm giác rằng nhà biên kịch thiếu trí tưởng tượng. Hãy hạn chế sử dụng những từ chửi tục, khi dùng chúng, hãy biến chúng hiệu quả hơn (ví dụ: *American Beauty*)
- Nói thẳng vào máy quay: phương thức này đang ngày càng được áp dụng nhiều (*Malcome In The Middle, Shakespeare In Love*), nhưng rất khó để áp dụng phương pháp này thành công mà không thóat khỏi được cảm giác "sân khấu kịch". Shakespeare có thể làm được như vậy, nhưng với bạn thì hãy nên thận trọng

- Hãy chọn những bộ phim ưa thích, không chỉ có toàn hành động.
- Hãy làm việc với hồi 1 (nếu bạn thấy hồi 1 quá dài, hãy chuyển sang một phim truyền hình 30 phút hoặc chỉ 10 phút đầu phim)
- Xem hồi 1 nhiều lần, ghi lại từng cảnh, điều gì xảy ra trong cảnh đó, thông tin gì được truyền tải, vv. cho đến khi bạn thuộc lòng hồi 1 này. Tốt hơn là nên làm việc với kịch bản của phim nếu bạn có.
- Làm việc với chính ghi chú của bạn (hoặc kịch bản), cố gắng viết lại hồi 1 như một bộ phim câm, không hề có thoại. Buộc bản thân phải mô tả và phát triển nhân vật bằng hình ảnh hành động có ý nghĩa.

Tại sao lại làm bài tập này? Bởi vì tôi có thể đảm bảo với bạn rằng bằng cách này bạn sẽ học được cách nhìn nhận sáng suốt khi mô tả nhân vật bằng cách cho chúng ta thấy họ là ai, họ cảm thấy thế nào, chứ không phải đơn giản là kể bằng lời cho chúng ta nghe. Hãy nghĩ bằng hình ảnh và bạn sẽ bắt đầu viết bằng hình ảnh.

Ý ngầm

Các nhà biên tập kịch bản và các diễn viên đều nói với bạn rằng bộ phim drama hấp dẫn sẽ tràn đầy ý ngầm. Hãy nghĩ đến cảnh ăn kinh điển trong *Tom Jones*, cảnh cởi cúc găng tay trong *The Age Of Innocence*, ngón tay mân mê cái lỗ vớ rách trong *The Piano*, 'Annabella Smith' cởi vớ khi khóa tay Richard Hannay trong phim *The 39 Steps* của Hitchcock; những cảnh đó nói lên điều gì? ăn uống? vớ? Không – ý ngầm chính là ở sự hấp dẫn lẫn nhau.

Cũng như trong đời sống hàng ngày, ý nghĩa đích thực nằm đằng sau ý nghĩa bên ngoài. Đó chính là thoại ẩn - thứ mà người ta kết nối với nhau nằm bên dưới lời nói và hành động; ý nghĩa thực sự được truyền đạt, ý định thực sự (vô thức hay có ý thức) của nhân vật. Đối với nhà biên kịch, ý ngầm thể hiện những vấn đề còn giấu bên trong của nhân vật.

Hãy xem cảnh bữa tiệc trong phim *Tootsie*. Sandy ôm đứa bé và nói Michael yêu trẻ đến mức nào. Cô nói thế khi Michael đi qua; anh ta ậm ừ mà không nhìn vào đứa bé. Ý ngầm ở đây ám chỉ điều gì – cho Michael hay cho Sandy? Nó được sử dụng như thế nào?

Làm tương tự với phim *Witness*: xem cảnh Rachel chăm sóc John khi bị thương và cảnh chia tay cuối phim.

Bạn có thể sử dụng ý ngầm theo những cách dưới đây:

- Bạn tạo ra một sự việc trong cốt truyện của bạn và cho khán giả thấy nhân vật cần làm gì (rất hữu ích đối với những bộ phim kinh dị, phiêu lưu, thám tử và tâm lý tuổi teen). Nó giúp bạn kết nối những mẩu thông tin nhỏ riêng rẽ.
- Bạn có thể cho khán giả biết nhiều thông tin hơn nhân vật trung tâm, khiến họ như ở vị thế cao hơn. Khán giả biết có một hiểm họa ở ngay góc nhà, trước khi nhân vật quay lại và chứng kiến.
- Bạn có thể đưa ra một câu hỏi mà khán giả và nhân vật cần trả lời. Trong *Godfather 2*, Michael và Alfredo nói về tương lai của họ. Michael đang đợi anh trai thú nhận tham gia giết một tên gangster; anh ta đang đợi, nhưng Alfredo không bao giờ chịu nói. Chúng ta nhận thấy rõ đây là một cảnh rất căng thẳng mặc dù chẳng có ai bị chết. Nên lưu ý rằng cảnh này chỉ thực sự có hiệu quả khi trước đó Michael đã tuyên bố rằng: “Ta chỉ để anh ta sống nếu nhận tội”
- Bạn có thể lập ra những vật cản, tạo ra sự mong đợi trong tâm trí của khán giả đối với những vấn đề mà nhân vật trung tâm gặp phải. Kịch tính xuất phát từ việc chúng ta biết chướng ngại vật đang chờ đợi phía trước - điều này liên hệ với “vị thế cao hơn” đã nói ở trên.
- Chúng ta cũng có thể tạo ra sự bí ẩn bằng cách bưng bít không cho khán giả biết thông tin cho đến tận phút cuối. Chúng ta có thể đưa ra những thông tin trêu ngươi, những cảnh không giải thích cụ thể để tạo ra một ý ngầm nói rằng : “nếu bạn ngồi nán lại lâu hơn, mọi thứ sẽ được sáng tỏ”

Tất cả những điều trên kết nối lại với nhau: bạn đang tạo ra một sự trông đợi trong tâm trí khán giả - đó chính là mục đích của ý ngầm. Ý ngầm có thể được sử dụng như là một cách đánh lừa: một nhân vật nói một đằng nhưng hàm ý một nẻo. Một nhân vật khác có thể không đọc ra ý nghĩa của ý ngầm (mặc dù họ có thể cảm nhận được), nhưng khán giả phải nhận ra được ý ngầm đó.

Là một nhà biên kịch, khi viết, bạn không được chỉ tập trung vào việc một nhân vật đọc một cảnh (hiểu rõ điều gì đang diễn ra trong cảnh đó, nói gì, làm gì), mà còn làm sao để khán giả cũng đọc được cảnh đó. Hãy bước vào trong tâm trí của khán giả.

Thường thì ý ngầm tạo ra một trải nghiệm giàu cảm xúc cho khán giả hơn là những hành động bề nổi của câu chuyện, trong cả cốt truyện chính và cốt truyện phụ. Nhưng điều hiện ra rõ nhất đó là 2 lớp nghĩa đan xen với nhau. Kịch bản bản phim với những ý ngầm phù hợp sẽ được nhớ mãi ngay cả khi những tình tiết khác nhạt nhòa đi trong tâm trí công chúng.

> Tôi không tạo ra những thiên anh hùng ca trong cảm giác bình thường. Tôi tạo ra những thiên anh hùng ca giàu cảm xúc.
>
> *Mike Leigh*
> Đạo diễn: *Secrets And Lies, Topsy Turvy, All Or Nothing.*

Khi các diễn viên diễn tập một cảnh, hãy sử dụng những kỹ thuật để tạo ra ý ngầm. Đầu tiên họ nói ra những gì in trong kịch bản, sau đó cất giọng theo cảm nhận cá nhân đối với ý ngầm. Hãy thử làm như thế. Lấy ra một cảnh trong một bộ phim bạn thích, nên lấy một cảnh quan trọng có nhiều thoại và hành động. Hãy xem cảnh đó, viết lại lời thoại và hành động trong cảnh đó (tốt nhất là nên có kịch bản của đoạn đó). Với mỗi một dòng thoại và hành động, hãy viết ra bạn cảm thấy ý ngầm ở đây như thế nào. Sau khi làm thử với vài cảnh, hãy lặp lại với chính cảnh của mình. Một cách khác nữa: đọc cảnh và ý ngầm của bạn và ghi âm. Sau đó nghe lại và tự hỏi: "đối với khán giả, qua những câu thoại mà tôi viết trên giấy liệu ý ngầm đã rõ ràng chưa?"

Một vài cuốn sách hay về thoại:
Tom Chiarella, *Writing Dialogue* (Story Press Books)
Jean Saunders, *Writing Realistic Dialogue* (Allison & Busby)

10
Gia tăng cảm xúc

Trong chương này các bạn sẽ học:

- **cách nhân vật và cốt truyện dẫn khán giả đi dọc hành trình của câu chuyện**
- **làm sao để gia tăng cảm xúc phản hồi của khán giả**

Chia kịch bản thành những phần nhỏ, rồi quay trở lại nhìn tổng thể, cân nhắc xem sự kiện nào trên hình sẽ lưu lại dấu ấn trong tâm trí khán giả. Khi hiểu được quá trình này, bạn sẽ tận dụng được những điều bạn cho là cần thiết khi đóng vai trò người kể chuyện, gia tăng cảm xúc trong khán giả và trên trang viết. Điều

này tùy thuộc vào quyết định của người biên kịch xem nên đưa ra hoặc loại bỏ cái gì.

Động cơ nhân vật và cấu trúc

Lực đẩy cho kịch bản của bạn, khiến kịch bản trở nên kịch tính chính là những xung đột của nhân vật, và đó là lí do tại sao nhân vật luôn đi tìm xung đột.

Nói chung, các cốt truyện chính thường đơn giản và thẳng thắn, mặc dù nó có thể chứa nhiều nút thắt và đoạn đảo xoáy. Cốt truyện chính của *Witness* chỉ là: John Book muốn phá án một vụ giết người, nhưng rồi anh ta trở thành mục tiêu săn đuổi của chính những tên giết người – những đồng nghiệp cảnh sát của mình. Bạn nắm được rất rõ phải không nào?

Điều làm câu chuyện đơn giản này trở nên phức tạp, sâu sắc hơn chính là nhân vật. Nhân vật tạo ra ảnh hưởng và làm mạch chuyện sâu sắc hơn. Nhân vật đi xuyên suốt kịch bản, tác động lên từng sự kiện và những người liên quan, đẩy mạch chuyện sang một hướng mới, sang một tình trạng khủng hoảng bất ngờ. Nhân vật là yếu tố gắn kết chính, là thành tố quan trọng khi tạo ra điểm nhấn cho phim, nếu không có nhân vật sẽ không có sự kết nối với khán giả (thông qua sự đồng cảm của họ với nhân vật).

Do tác động của Rachel nên Book đã chấp nhận mặc quần áo người Amish, chính điều này đã trở thành yếu tố quan trọng ở điểm ngoặt hai khi Book đánh nhau với bọn du côn, điều này đã gây ra sự chú ý vì anh ta đang mặc đồ Amish. Shaeffer xác định được anh ta ở đâu và ngay lập tức săn lùng anh ta ở hồi 3. Ảnh hưởng trước đó của Rachel cũng khiến Book đưa súng cho cô, chúng ta nhận thấy rằng đang có sự thay đổi bên trong nhân vật. Nhân vật làm câu chuyện trở nên sâu sắc và có ý nghĩa hơn, khiến khán giả cảm thấy hòa mình vào với phim. Điều gì khiến nhân vật làm những việc nọ việc kia? Động cơ – nhân vật hành động.

Giờ đây khi nắm được cấu trúc, bạn có thể bắt đầu nhận thấy nhân vật và sự phát triển diễn ra như thế nào bên trong cấu trúc. Khi lần đầu thấy nhân vật, chúng ta thấy họ lập ra những động cơ dựa theo tính cách vốn có và tiểu sử trước đây. Loạt động cơ này sẽ bị thay đổi bởi người viết kịch bản. Thực tế, mỗi hồi trong số 3 (4 hoặc 5) hồi đều phản ánh một giai đoạn nhất định trong chính động cơ của nhân vật.

Nhân vật hành động đi theo một con đường nhất định: nhân vật phải đối mặt (hoặc gây ra) một vấn đề - chắc chắn là một mối hiểm họa; điều này làm nảy sinh một yêu cầu cấp bách (kịch tính) hoặc ý định nhằm đạt được hoặc làm điều gì đó để sửa chữa vấn đề rắc rối, mục tiêu được thiết lập - động cơ bên ngoài. Sau khi đã quyết định xong, họ bắt đầu hành động, nhưng mọi chuyện không diễn ra suôn sẻ và họ bị đẩy tới khủng hoảng. Đúng lúc họ vượt qua được khủng hoảng (hoặc chấp nhận rằng không thể vượt qua), động cơ của họ thay đổi; đó

chính là cao trào hoặc điểm ngoặt. Từ đây chúng ta sẽ ra được phương trình hành động của nhân vật:

vấn đề >>> ý định/yêu cầu >>> hành động >>> khủng hoảng >>> kết quả/cao trào/
(động cơ) (mục tiêu) điểm thay đổi

Phương trình này không chỉ xảy ra trong toàn bộ kịch bản, mà còn xảy ra trong mỗi hồi (quan trọng), mỗi trường đoạn, thậm chí là mỗi cảnh lớn.

Sử dụng phương trình này và luôn nhớ đến vòng cung chuyển hóa, bạn có thể bắt đầu xây dựng dòng động cơ xuyên suốt cho nhân vật và kịch bản của bạn. Ví dụ, hồi 1 của *Witness* chạy như sau:

vấn đề	=	vụ giết người
yêu cầu/mục tiêu	=	bắt kẻ sát nhân
hành động	=	điều tra
khủng hoảng	=	kẻ giết người là một cảnh sát đồng nghiệp
cao trào	=	cảnh bắn nhau: phản bội

Bạn có thể tiếp tục với hồi 2 & 3?

Dòng động cơ xuyên suốt
Dòng động cơ chính là một cấp độ khác mà bạn cần cấu trúc cho kịch bản: ở ngay điểm mở đầu, động cơ đầu tiên thôi thúc nhân vật hành động thường xuất phát từ câu chuyện nền. Nhân vật có thể thấy mình đang rơi vào tình huống khủng hoảng trong cuộc sống - thậm chí họ có thể không tự nhận ra điều này. Bằng việc chỉ ra cho nhân vật thấy họ đang ở điểm khủng hoảng của cuộc sống, nghĩa là bạn đã đặt họ vào thế dễ bị tổn thương. Khi đó, sẽ dễ dàng hơn để họ chuyển sang một hướng mới. Tốt nhất là họ nên sẵn sàng thay đổi, hoặc cầu mong có một điều gì đó mới mẻ xảy đến với mình.

Đối với Rachel, chồng của cô đã chết. Điều này khiến cô trở nên mong manh, yếu đuối và cởi mở với những ảnh hưởng mới; điều đó cũng củng cố cho lí do cô đi du lịch đến Philadelphia (đi thăm chị gái). Xây dựng được quá khứ của cô, chúng ta cần có thêm một khủng hoảng để làm cô thay đổi, không chỉ thay đổi về môi trường bên ngòai mà còn cả về mặt tâm lý, để khiến cô cuối cùng đem lòng yêu thương John Book - một người bên ngoài có vẻ như hòan tòan đối lập đối với những giá trị truyền thống và đức tin của người Amish. Bạn có tìm thấy những khủng hoảng trong cuộc sống của các nhân vật trong những bộ phim ở chương 7?

Khủng hỏang cuộc sống có thể sử dụng ở bất cứ điểm nào trong kịch bản của bạn, nhưng tốt nhất là ở ngay hồi 1. Vì thế hãy mở đầu câu chuyện bằng một khủng hoảng trong cuộc sống của nhân vật trung tâm, sau đó quẳng vào đó một

sự việc kịch tính như một quả bom, quả bom nổ tung sẽ đẩy các nhân vật vào câu chuyện. Sự việc kịch tính sẽ tạo ra "vấn đề", bắt đầu câu chuyện, đưa các nhân vật quan trọng nối lại với nhau, tạo ra những động cơ mạnh mẽ hơn cho hành động của nhân vật.

Ở đầu phim *Witness*, nguồn gốc của Book cho thấy rằng anh ta là một cảnh sát giàu tham vọng (qua cách anh ta săn lùng bọn lưu manh và thăng tiến trong sự nghiệp). Nguồn gốc của Rachel cho thấy cô xuất thân từ cộng đồng Amish, cô kinh hãi trước những hành vi bạo lực của con người. Rõ ràng, qua nguồn gốc của họ, ta thấy ngay được xung đột sẽ xảy ra giữa cặp đôi này ngay khi họ gặp nhau. Họ đều bị tác động bởi vụ giết người, (và Samuel là nhân chứng). Điều này thôi thúc thêm động cơ của Book, anh ta thấy rằng đây là một cơ hội để thăng tiến trong sự nghiệp. Với Rachel, vụ án này khiến cô phải làm việc với Book (và với những người đàn ông luôn liên quan đến bạo lực), dù là miễn cưỡng, cô muốn vấn đề sớm được giải quyết để có thể trở về với cuộc sống vốn có. Dòng động cơ của hồi 1 đi xuyên suốt qua sự việc kịch tính, qua khủng hoảng và tới cao trào. Đây là khoảnh khắc khán giả thấy rằng câu chuyện và nhân vật bắt đầu đi tới hồi căng thẳng (khi Samuel chỉ vào bức ảnh của McFee và chúng ta biết được rằng kẻ sát nhân là cảnh sát). Quyết định của nhân vật trung tâm càng làm câu chuyện căng thẳng hơn, và tăng thêm nguy hiểm. Sự kiện chính tiếp theo làm gia tăng dòng động cơ chính là cao trào của hồi 1, khi nhân vật trung tâm đưa ra mục tiêu của họ/của kịch bản, động cơ bên trong (ví dụ: Book cần phải sống và bảo vệ cho Rachel & Samuel)

Mục tiêu của nhân vật (mục tiêu lớn nhất của câu chuyện) buộc nhân vật phải lao vào xung đột trong môi trường sống của họ, với những người khác, hoặc với chính bản thân họ. Điều này cũng có liên hệ với cấu trúc kịch bản của bạn từ điểm ngoặt đầu tiên cho đến cao trào cuối ở hồi 3. Hãy luôn đảm bảo rằng khán giả xem, hiểu và dễ dàng suy luận ra động cơ của nhân vật chính.

Nhìn tổng thể kịch bản, mỗi một khoảnh khắc đều phải bổ sung hoặc gia tăng tác động lên dòng động cơ:

Câu chuyện nền (nguồn gốc) >>> điểm mở đầu (khủng hoảng cuộc sống) >>> **sự việc kịch tính** >>> khủng hoảng 1 >>> **cao trào hồi 1** (điểm ngoặt 1) >>> điểm tập trung 1 >>> **điểm giữa phim** (điểm không thể quay đầu) >>> điểm tập trung 2 >>> khủng hoảng 2 >>> cao trào hồi 2 - **khoảnh khắc sự thật** (điểm ngoặt 2) >>> cao trào hồi 3.

4 điểm tô đậm là những điểm quan trọng nhất; là những điểm chính trong dòng động cơ của nhân vật. Những điểm khác có tác dụng thay đổi hoặc gia tăng dòng động cơ mà không nhất thiết chuyển sang hướng khác hoặc tạo ra một tình huống không thể quay đầu.

Nên nhớ rằng, động cơ bên trong phải thật rõ ràng và đủ mạnh trong tâm trí khán giả - vì thế bạn phải nắm được điều này rất chắc. Nếu bạn bối rối, khán giả cũng sẽ cảm thấy như vậy.

Viết ra những sự việc trong câu chuyện kịch bản của bạn đóng vai trò tương ứng như các điểm kể trên và hình dung ra dòng động cơ của nhân vật trung tâm sẽ thay đổi như thế nào qua từng sự kiện hoặc tình huống.

Hãy làm như vậy với tất cả các nhân vật chính.

Điểm nhấn: xây dựng căng thẳng
Điểm nhấn chính là động lực cần thiết để thúc đẩy trong các câu chuyện kịch bản. Đó chính là ảnh hưởng của kịch bản lên tâm trí của khán giả, và nó kết nối để tạo ra và xây dựng tình huống căng thẳng. Đa số các cảnh trong kịch bản của bạn đều cần có chút căng thẳng: đó chính là thứ năng lượng để kích thích và thu hút khán giả đi hết câu chuyện. Căng thẳng được tạo ra khi khán giả hi vọng/lo sợ điều gì đó sẽ xảy ra đối với nhân vật.

Rất đơn giản: căng thẳng = xung đột + mâu thuẫn. Đối lập tạo ra căng thẳng (đối lập lực lượng, đối lập nhân vật, đối lập về sự mong đợi) cho các nhân vật và khán giả; đối lập về sự mong đợi sinh ra hi vọng và lo sợ trong cảm xúc của khán giả.

Có vài cách bạn có thể sử dụng để tạo ra căng thẳng:

- sự mong đợi
- hồi hộp
- ý ngầm
- tăng mức nguy hiểm

Căng thẳng: xây dựng mong đợi và hồi hộp
Mong đợi một điều gì đó xảy ra sẽ khiến tâm trí khán giả hướng về phía trước: họ mong ngóng đạt được mục tiêu và con đường duy nhất để đạt đến điều đó là cứ tiếp tục tiến bước, mong muốn và khát khao hướng tới mục tiêu, vv.

Hãy tưởng tượng một cô bé vào đúng ngày sinh nhật của mình. 9h sáng, bạn nói với cô bé rằng vào lúc 4h chiều nay sẽ có một bữa tiệc sinh nhật bất ngờ cho cô bé với rất nhiều bạn bè và đồ ăn, quà cáp, vv. Xin chúc mừng, bạn đã làm hỏng ngày vui của cô bé. Khoảng thời gian từ 9h đến 4h chiều không còn tồn tại với cô bé nữa vì tâm trí của cô bé chỉ háo hức đến lúc bữa tiệc bắt đầu - bạn đã nói với cô bé tất cả và như thế chẳng còn chút ngạc nhiên nào cả. Tâm trí khán giả cũng tương tự như vậy: vì thế hãy chỉ đưa cho họ thông tin cần thiết vào từng khoảng thời gian nhất định, đừng làm hỏng sự ngạc nhiên,
Khi cân nhắc xem khán giả sẽ phản ứng ra sao đối với những sự kiện kịch tính mà bạn tạo ra, hãy nhớ đến 2 điều sau:

- Chẳng có liên hệ trực tiếp nào giữa cảm xúc của diễn viên và của khán giả. Bạn không thể tạo ra được một phản ứng cụ thể nào trong lòng khán giả tương tự như thứ cảm xúc bạn tạo ra cho diễn viên; diễn viên đang thể hiện nỗi đau, không có nghĩa là khán giả cũng buồn đau theo. Con đường để bạn kích thích được phản ứng và cảm xúc của khán giả chính là thông qua tính cách nhân vật, tình huống bạn đưa nhân vật vào, những mối nguy hiểm, và mức độ hòa mình của khán giả.
- Một trong những cách hữu hiệu nhất để kích thích phản ứng của khán giả đó là hướng tới tương lai và sự vô định của tương lai – "Điều gì sẽ xảy ra tiếp theo?" "Liệu nó có xảy ra không?" "Khi nào nó xảy ra?". Chính tương lai sẽ khiến bạn gây được tác động lên khán giả.

Trên màn hình những bộ phim drama, luôn có ba yếu tố thời gian: quá khứ, hiện tại, tương lai. Khi xây dựng sự mong đợi và hồi hộp, yếu tố quan trọng nhất là tương lai. Bởi vì chỉ có tương lai mới ẩn chứa sự vô định, mơ hồ, không chắc chắn, điều mà quá khứ và hiện tại không hề có: không biết liệu hành động đó có xảy ra không hoặc khi nào nó xảy ra.

Tính mong đợi
Chúng ta mong đợi điều gì đó sẽ xảy ra:

- Bởi vì điều đó luôn xảy ra (đó là một việc thông thường ví dụ như mặt trời mọc vào buổi sáng)
- Bởi vì nhà biên kịch đã tạo ra một thông lệ trong thế giới kịch bản của mình (ví dụ, trong phim *Logan's Run* mọi người phải chấp nhận cái chết ở tuổi 31 vì dân số quá đông) hoặc một quy tắc nào đó trong bản tính của nhân vật (ví dụ: nhân vật này có thói quen hút thuốc trên giường, đánh đập vợ, cướp nhà băng, uống rượu khi bị stress, vv.)

Sáng tạo ra sự ngạc nhên là một cách để kích thích tính mong đợi trong khán giả: khiến khán giả luôn cảm thấy thích thú khi nói với họ rằng còn nhiều điều không thể đoán được, rằng mọi thứ còn đi xa hơn cả dự đoán của họ. Tuy nhiên, một khán giả sẽ không ngạc nhiên trước một sự kiện trừ khi họ đang mong đợi một sẽ việc khác sẽ xảy ra. Đó là lí do tại sao đối với Truman Burbank, việc một ngọn đèn từ trên trời rơi xuống là một sự kiện ngoài dự đoán trong thế giới hoàn hảo của anh ta.

Tính mong đợi cũng giống như tính mục đích, nó phải được kết thúc theo một cách nào đó: hoặc là hoàn thành, bị đối nghịch hoặc bị gián đoạn. Bạn không thể tạo ra tính mong đợi rồi treo nó ở đó; một kết thúc lỏng lẻo sẽ làm khán giả thất vọng, họ cảm giác như mình bị lừa.

Hồi hộp
Đưa ra kết quả của một sự việc không chắc chắn sẽ khiến khán giả hồi hộp. Hồi hộp khiến họ chỉ muốn đi nhanh tới hồi kết của câu chuyện, nhanh nhất có thể, bởi vì hồi hộp cũng giống như một trạng thái của sự khó chịu hoặc đau đớn.

Nhưng đó cũng là một cảm giác thú vị của nỗi đau giống như đi vào một ngôi nhà ma trong một hội chợ nào đó - bạn được cảnh báo trước rằng sẽ có nhiều cảnh đáng sợ khiến bạn phải khóc thét, nhưng ngay khi bạn vừa ra khỏi ngôi nhà ma đó, lập tức, bạn muốn quay trở lại.

Hãy nghĩ đến cảnh giết người trong nhà vệ sinh nam của phim *Witness*, một cảnh đầy hồi hộp và căng thẳng; Samuel suýt nữa bị phát hiện và bị giết. Bạn có cảm giác thấy chút niềm tin sau cảnh đó không? Có thể lắm.

Cả hai yếu tố này đều là tiến trình tâm lý xảy ra *bên trong tâm trí khán giả*. Nó khiến tâm trí khán giả tiến lên phía trước bởi vì khán giả khao khát muốn thấy tương lai trở thành hiện tại để họ có thể đi tới sự kiện mình đang mong đợi, hoặc họ có thể thoát ra khỏi cảnh căng thẳng và thở phào.

Tính hồi hộp xảy ra khi một khán giả phân vân không rõ mục tiêu của nhân vật có đạt được hay không và điều này được áp dụng cho toàn bộ kịch bản (bạn có thể tạo ra tính hồi hộp ở bất cứ điểm nào trong kịch bản). Hãy chú ý những yếu tố trong quá trình này:

- để có được sự hồi hộp bạn phải có một nhân vật đang nung nấu một mục đích nào đó cực kỳ quan trọng đối với họ.
- từ chính mục đích đó, nhân vật buộc phải đạt được mục tiêu
- nếu mục tiêu quá đơn giản, sẽ chẳng có sự hồi hộp nữa bởi vì đã mất đi tính không chắc chắn, *không đoán trước được.*
- với một mục tiêu không chắc chắn, hẳn sẽ có nhiều khó khăn. Không phải khó khăn thông thường mà là những khó khăn *lớn lao cản trở* đạt được mục tiêu.

Tính hồi hộp được tạo ra khi chúng ta không biết kết được kết quả của một hành động cụ thể. Khán giả phải đạt được hai cảm xúc: hi vọng và lo sợ:

- *hi vọng*: rằng kết quả sẽ xảy đến (nhưng lọ sợ nó sẽ không xảy ra)
- *lo sợ*: rằng kết quả sẽ xảy ra (hi vọng nó không xảy ra)

Thông thường để tạo ra hai cảm xúc này bạn phải tạo ra được mối liên hệ giữa khán giả và nhân vật, khiến khán giả đồng cảm với nhân vật (chương 5)

Do đó, hồi hộp tương đương với *nghi ngờ*. Sự lựa chọn của bạn là: *tính chắc chắn của kết quả và tính không chắc chắn của kết quả.*

Một mục tiêu rõ ràng và đủ mạnh là rất cần thiết: cũng giống như việc giúp thiết lập động cơ, đó chính là định hướng và ý nghĩa đối với hành động của nhân vật và với câu chuyện của bạn. Nếu khán giả không biết được mục tiêu của nhân vật, họ không thể ước lượng được sức mạnh và sự khó khăn, cũng không thể biết rằng những vật cản có đủ lớn để khiến mục tiêu trở nên không chắc chắn.

Thiếu tính không chắc và nghi ngờ, sẽ chẳng có hồi hộp. Khán giả cần biết mục tiêu *và* những khó khăn trên đường đạt đến mục tiêu.

Hồi hộp bắt đầu xảy ra khi bạn có 3 yếu tố sau:

- một mục đích (tạo ra một mục tiêu, rõ ràng, cụ thể)
- những khó khăn, đặc biệt là một mục tiêu đối lập, gây ra…
- tính không chắc chắn khi dẫn tới kết quả cuối cùng.

Thông thường, ngay khi bạn có được một mục đích, bạn cần đưa ra luôn những khó khăn và tạo ra tính không chắc chắn. Tính hồi hộp cần được duy trì trong kịch bản càng dài càng tốt. Vì thế bạn cần tạo ra mục đích và khó khăn sớm nhất có thể rồi duy trì tính hồi hộp lâu nhất có thể. Tính hồi hộp kết thúc ngay sau cảnh cao trào cuối cùng, vì nó thể hiện thành công hoặc thất bại của nhân vật nam/nữ chính, ngay sau đó sẽ chẳng còn gì để mong đợi. Chính vì thế bạn cần nhanh chóng kết thúc câu chuyện ngay sau cảnh cao trào cuối cùng, bởi vì tính hồi hộp là chất kết nối khán giả khiến họ đi xuyên suốt bộ phim, khi tính hồi hộp đã không còn, cũng chẳng còn điểm nhấn nào trong phim nữa. Bất kỳ một kịch bản nào không có 3 yếu tố trên, sẽ thiếu tính hồi hộp.

Bạn cần hiểu rằng, tính hồi hộp là điều bạn tạo ra ở mọi cấp độ trong một kịch bản: đối với tổng thể kịch bản, đối với từng hồi, từng trường đoạn và từng cảnh.

Lưu ý rằng tính hồi hộp không nhất nhiết là những đoạn căng thẳng giật gân. Những câu chuyện tình cũng mang tính hồi hộp của riêng nó. Trong phim *My Big Fat Greek Wedding*, tính hồi hộp: bất chấp sự khác biệt (và những vật cản khác trên đường), liệu đến cuối phim Toula và Ian có kết hôn và sống hạnh phúc mãi mãi? Tính hồi hộp trong *Sleepless In Seattles* là gì?

Hãy xem phim *Seven*, một ví dụ tuyệt vời về sự hình thành tính bất ngờ và mong đợi trong tâm trí khán giả. Yếu tố nào đã được sử dụng và họ sử dụng như thế nào? Tại sao ta không thấy 2 kẻ sát nhân cuối cùng? Liệu việc không thấy được chúng có hiệu quả hơn không?

Ý ngầm

Nên nhớ rằng điều chúng ta không thấy đôi khi còn quan trọng hơn điều thực sự chiếu trên màn hình. Hãy xem phản ứng của một nhân vật đứng ngoài cửa và lắng nghe những âm thanh làm tình bên trong căn phòng, điều này thể hiện cảm xúc mạnh mẽ hơn việc thực sự nhìn thấy sự việc. Trong phim *Shallow Grave* hoặc *Frailty*, vai trò của những kẻ sát nhân có hiệu quả hơn vì chúng ta chỉ nghe thấy chúng hành động hoặc nhìn thấy những thi thể hiện ra trong bóng tối. Trong phim *Dumb and Dumber*, chúng ta không thấy Lloyd tè vào chai bia, chúng ta chỉ nghe âm thanh và nhìn thấy kết quả. Hãy nghĩ tới những ngón tay bị thương trong *The Piano*, cảnh bóp cổ trong *The Talented Mr. Ripley*, và trên tất cả đó là *The Blair Witch Project*. Khán giả có thể tự suy ra, tự hình dung ra sự việc - giống như cảnh cắt tai trong *Reservoir Dogs*. Phải nói rằng điều này phụ thuộc

phần lớn vào đạo diễn, nhưng chính bạn cũng là người quyết định xem cảnh nào được chiếu và cảnh nào không, và khả năng cũng như sức mạnh của ý ngầm trong việc gây tác động lên trí tưởng tượng của khán giả. Hitchcock nắm được điều này rất rõ.

Tăng mức nguy hiểm
Điều này nghĩa là làm tăng nguy hiểm cho nhân vật của bạn trong hành trình của họ xuyên suốt kịch bản, nghĩa là nhân vật phải bị mất một thứ gì đó, một điều gì đó tồi tệ xảy ra với họ nếu họ thất bại (hoặc nếu họ tiếp tục con đường). Những mối nguy hiểm trở thành vấn đề của riêng họ và thông qua đồng cảm, nó cũng trở thành những vấn đề của khán giả. Một lần nữa chúng ta kích thích khán giả thông qua hi vọng và nỗi lo sợ của họ. Phim *Changing Lanes* là một ví dụ rất hay về việc tăng nguy hiểm dần dần trong cả câu chuyện.

Mở đầu phim *Minority Report*, mức nguy hiểm đặt ra là: mặc dù mọi người tin tưởng John Anderton vì sự mất mát của anh ta, nhưng nỗi đau của anh ta thực sự có thể gây nguy hại đến toàn bộ hoạt động của nhóm Precrime (bắt tội phạm trước khi kẻ đó kịp hành động); mức nguy hiểm tăng dần cho đến khi anh ta bị mất tự do và cuối cùng có nguy cơ mất mạng. Trong phim *Armageddon*, sự nguy hiểm được đặt dưới hành động của nhân vật càng rõ ràng hơn - nếu ngôi sao đó không bị chặn, thế giới sẽ bị huỷ diệt. Trong phim *My Big Fat Greek Wedding*, mức nguy hiểm đặt ra là Toula và Ian có thể sẽ không kết hôn với nhau, tiếp tục cuộc sống buồn tẻ, và có lẽ cô đơn mãi mãi. Bạn nghĩ sự nguy hiểm trong phim *Witness* là gì? Đối với John Book, Rachel và cả cộng đồng?

Khi một kịch bản có những mối hiểm nguy chính, nó cũng cần có những mối nguy hiểm nhỏ: những mối nguy hiểm trong từng cảnh đơn, trường đoạn và từng Hồi.

Gia tăng xung đột đồng nghĩa với gia tăng mâu thuẫn khi câu chuyện phát triển. Nếu độ nguy hiểm đạt đến một mức nào đó ở cuối hồi 1, thì lẽ dĩ nhiên nó không thể giảm bớt ở những hồi sau, nếu điều đó xảy ra, khán giả cũng thấy bớt hứng thú.

Một yếu tố quan trọng khi gia tăng mức nguy hiểm đó là sự đồng cảm. Nếu khán giả không thèm quan tâm đến nhân vật, họ sẽ không quan tâm đến những nguy hiểm; họ càng quan tâm đến nhân vật thì càng dễ đặt nhân vật vào nguy hiểm bởi vì khán giả sẽ hi vọng và lo sợ theo từng bước tiến của nhân vật.

Như vậy, tính mong đợi, hồi hộp, ý ngầm và việc gia tăng nguy hiểm là những công cụ tạo ra căng thẳng và việc gia tăng căng thẳng đem tới những điểm nhấn.

Một sự căng thẳng non kém và yếu ớt là vấn đề phổ biến trong các kịch bản. Bạn có tạo ra căng thẳng từ những công cụ kể trên? Vì thế, ở mỗi cảnh bạn cần tự hỏi những câu sau:

- khán giả hi vọng điều gì ở đây, và đồng thời cũng sợ điều gì?
- Những niềm hi vọng và nỗi sợ này có đủ mạnh để giữ khán giả ngồi nán lại đến cảnh tiếp theo?

Hãy xem phim *The Usual Suspects*, *L.A Confidential* và *Chinatown*: 4 yếu tố trên được sử dụng như thế nào trong các bộ phim trên? Tại sao ở mỗi điểm nhất định trong phim, yếu tố này lại được sử dụng chứ không phải yếu tố khác?

Nhịp độ

Nhịp độ phản ánh cảm giác tổng thể của kịch bản, liên quan đến dòng chảy và nhịp điệu của những cao trào, đoạn nghỉ, độ cao thấp, "khủng hoảng từng trang" và nhịp độ đóng góp như thế nào vào nhịp thở trong phạm vi cấu trúc rộng rãi.

Các bộ phim drama đều cần có sự đa dạng trong tổng thể cấu trúc thống nhất; những khoảnh khắc khủng hoảng, đối đầu và cao trào cần xuất hiện rải rác với những khoảng lặng - nghỉ. Khán giả cần những khoảng nghỉ khi nhân vật mở ra hoặc bộc lộ bản thân, khi xuất hiện tâm trạng mới, để khán giả có thể thở ra trước khi bước vào đoạn cao độ tiếp sau. *Minority Report* có những trường đoạn hành động nhanh (chủ yếu là cảnh đuổi bắt) xen với những khoảnh khắc yên lặng của John Anderton (ở nhà, với Dr.Hineman, với vợ ở đồng quê, vv.). Tương tự với phim *Road To Perdition* xen giữa 2 bối cảnh chính: thành thị (kết hợp với bạo lực, tham nhũng, căng thẳng, nỗi sợ bị giam giữ) và nông thôn (tự do, thanh bình, chất phác). Ngay cả những bộ phim diễn ra trong một khung nhất định cũng cuốn khán giả đi theo bằng những trò vui liên tiếp (*Speed, Ed Wood, American Pie, xXx*) cũng có những khoảnh nghỉ nhẹ nhàng. Một bộ phim có mức độ căng thẳng ngang bằng từ đầu đến cuối (cao độ như *1941* của Speilberg hoặc chậm chạp như các bộ phim nghệ thuật) hoặc mức độ xây dựng căng thẳng liên tiếp như sau:
(hình vẽ minh hoạ tại trang 187 của bản gốc - đề nghị hoạ sĩ trình bày lưu ý để đưa vào bản in tiếng Việt – lưu ý của biên tập)

… mà không có sự đa dạng sẽ khiến kịch bản của bạn trở nên nặng nề và làm khán giả mất hứng . Để kịch bản của bạn tiến lên trước (kích thích phản ứng của khán giả) bạn cần phải có những điểm cân bằng giữa những điểm cao và thấp. Cùng với xung đột của bạn và sơ đồ giật lùi, độ cao và thấp cần được xây dựng răng cưa như sơ đồ dưới đây

(hình vẽ minh hoạ tại trang 187 của bản gốc - đề nghị hoạ sĩ trình bày lưu ý để đưa vào bản in tiếng Việt – lưu ý của biên tập)

Sáng tạo nhịp điệu của kịch bản, bạn có thể sử dụng những yếu tố chuyển đổi đối lập giữa các cảnh:

- Những cảnh nhanh - chậm
- độ ngắn - dài của cảnh

- cảnh cao trào/cốt truyện với những cảnh chủ đề/nhân vật/tâm trạng
- cảnh thể hiện thông tin/tâm trạng với cảm xúc
- ngày đối với đêm; ánh sáng đối với bóng tối
- nội với ngoại
- cảnh thoại với không thoại (mô tả với hành động)
- năng động với tĩnh lặng
- bối cảnh mở rộng với kín đáo
- tông vui vẻ với tông nghiêm túc
- Góc nhìn chủ quan với khách quan
- Tĩnh lặng với ồn ào (biển động dữ dội/công nghiệp/nhạc rock,vv.)
- sự đa dạng trong khoảng thời gian hiện tại với hồi tưởng quá khứ/tương lai

Lưu ý rằng nhịp độ là một chức năng, tại đây bạn bước vào và để lại một cảnh. Nên nhớ rằng, một cảnh là một phần nhỏ trong một phần lớn hơn của một chuỗi cảnh hành động liên tiếp. Bạn bước vào muộn và đi ra sớm. Do đó, nhịp độ có thể tăng hoặc giảm tuỳ theo khoảng thời gian bạn dành cho một cảnh.

Bạn sẽ thấy nhịp độ của tổng thể kịch bản cũng quyết định nhịp độ của các trường đoạn - nhịp độ càng nhanh hoặc bạn tăng tốc đến đoạn cao trào càng gấp, thì trường đoạn lại càng được rút ngắn. Điều này đặc biệt quan trọng ở hồi 3, đây là hồi có nhịp độ nhanh nhất với các sự kiện xảy ra cực kỳ nhanh, lao thẳng tới cao trào cuối cùng.

Mẹo nhỏ: nếu bạn muốn có một khoảng nghỉ hoặc đưa ra một cảm giác chân thực cho kịch bản của mình, bạn có thể dùng đến giọng thuyết minh. Ví dụ, phim *Badlands* về cơ bản là một câu chuyện hành động với nhịp độ nhanh, nhưng có xuất hiện những đoạn thuyết minh làm đa dạng cảm xúc, tạo ra ánh sáng và bóng tối, cao điểm điểm và thấp điểm. Bạn còn biết những bộ phim điện ảnh hoặc phim truyền hình nào sử dụng lời thuyết minh theo cách này?

Trong tổng thể bối cảnh của toàn kịch bản, các cảnh còn có thể làm nhiều hơn là thoả mãn chức năng kể chuyện. Chúng tương tác với nhau để đóng góp vào cấu trúc chuẩn (dòng chảy và nhịp điệu) của kịch bản. Cách bạn đan xen các yếu tố với nhau - đối lập, bổ sung, đa dạng, cân bằng - đóng góp vào nhịp điệu của toàn bộ các cảnh. Bạn cần cân nhắc nhịp độ khi làm việc với đề cương chi tiết đối với sự phát triển trong kịch bản của mình và ý tưởng cần được sử dụng một cách sống động trong giai đoạn viết lại.

Vì thế, đầu tiên hãy làm việc với cảm giác tổng thể của kịch bản: kịch bản của bạn có nhịp độ chậm và chân thật như *The Straight Story*, *The Man Who Wasn't There* hoặc *The Rookie*, nhịp điệu vui vẻ như các bộ phim hài, tình cảm hài, nhịp độ nhanh với những cảnh cắt nhanh như phim *The Fast And The Furious, Fight Club, Thelma And Louise* hoặc mở đầu phim chậm sau đó tăng nhịp dần dần và đi thẳng tới cao trào cuối như *Misery, American Beauty, hoặc The Talented Mr. Ripley*, hầu hết các phim của Hitchcock và phim kinh dị? Nghiên cứu cảm giác

tổng thể kịch bản sẽ giúp bạn xác định được nhịp độ của các cảnh, trường đoạn và kịch bản cuối cùng.

Các bộ phim của Hitchcock đã thành công khi tận dụng được ý ngầm, nhịp độ và tâm trạng, nhẹ nhàng đưa khán giả bước vào một tâm trạng an tâm rồi sau đó kéo chúng ta vào một cú sốc hoặc một điều ngạc nhiên nào đó - hãy học tập điều này (Brian De Palma và M. Night Shayamalan đã làm được điều này!)

Xem phim *Panic Room và Falling Down*: những yếu tố chuyển biến nào được sử dụng để làm đa dạng nhịp độ trong những bộ phim kiểu này? Chúng có được sử dụng nhuần nhuyễn không? Chúng được sử dụng như thế nào và tại sao?

Hãy xem phim *Reservoir Dogs*: nhịp của phim có lôi cuốn bạn? những cảnh dài có làm bạn thấy như hòa vào trong phim hay làm bạn chán ngán? Nhịp phim đã có tác động như thế nào và tại sao?

Xem phim *Casino* của Martin Scorsese. Cách dùng lời thuyết minh tác động lên bạn như thế nào hay nó tạo hiệu ứng khoảng cách đối với khán giả? Nó có bị lạm dụng nhiều quá? Cách sử dụng lời thuyết minh trong phim này khác với *Goodfellas* ở điểm nào? Liệu cách dùng trong phim này có hiệu quả hơn? Như thế nào và tại sao? Những yếu tố nào mà cả hai phim đều sử dụng để tạo ra nhịp độ?

'Đẩy lên tột cùng'

Để đạt được đỉnh cao cảm xúc từ một cảnh hoặc một khoảnh khắc cao trào của phim drama, bạn cần:

- trước một cảnh hoặc một khoảnh khắc của niềm vui hoặc một niềm an ủi lớn lao, hãy bố trí một cảnh hoặc một khoảnh khắc căng thẳng, nguy hiểm

hoặc

- trong một cảnh hoặc một khoảnh khắc bi kịch nặng nề, hãy bố trí một cảnh hoặc một khoảnh khắc thư thái, vui vẻ và thanh bình.

Ví dụ, trong phim *Four Weddings And A Funeral*, trước khi Gareth chết có hai sự việc có vai trò đẩy tình huống lên cao: chúng ta thấy anh ta khiêu vũ rất nồng nhiệt và vui vẻ, và có những câu thoại thông minh nhất, đáng nhớ nhất trong phim (về số fax của *Oscar Wilde*) không chỉ khiến chúng ta bật cười mà còn khiến chúng ta mong đợi thêm ở anh ta. Có một đoạn nghỉ ngắn sau đó Gareth đổ sụp xuống - một sự đối lập hiệu quả.

Thông tin trong kịch bản

Có rất nhiều cách thể hiện trên một bộ phim và mỗi cách đưa ra những yếu tố thông tin. Bạn cần hiểu rằng cả bản chất và tính hiệu quả của những yếu tố này

đều có trong tâm trí khán giả. Nên nhớ rằng, bạn kiểm soát việc đưa tin và sắp xếp thông tin trong mọt cảnh và trong toàn bộ kịch bản.

Thông tin đưa tới khán giả thông qua:

- điều bạn chọn giấu thông tin
- điều bạn chọn để bộc lộ thông tin
- cách bạn chọn để bộc lộ thông tin

Ngoài ra, cách bạn kết hợp các yếu tố của thông tin trong một cảnh không chỉ phát sinh thêm nguồn tin nào đó mà còn tạo ra một hiệu ứng nhất định lên khán giả. Chúng tạo ra những liên hệ, những giả định và tự suy khi thể hiện từng yếu tố đơn lẻ của thông tin.

Bạn cần cố gắng đi vào bên trong tâm trí của khán giả và giải mã những điều bên trong đó khi họ xem phim của bạn.

Mẹo: dù bạn viết ở đâu, hãy cố gắng dán những tấm giấy ghi chú trên tường ngay trước mặt mình. Trên những tấm giấy đó, hãy vẽ ra những gì bạn có thể thấy nếu bạn đang ngồi trong hàng ghế của rạp chiếu phim: một mành hình trắng trơn, tấm khăn, gáy của người ngồi trước bạn. Mỗi khi bạn viết, hãy cố hình dung xem các cảnh khi được chiếu lên màn hình sẽ như thế nào.Nếu bạn có thể bước vào tâm trí của khán giả, bạn sẽ giúp bản thân tránh được những thông điệp sai lầm và ngoài chủ đích. Bạn có thể tận dụng khả năng này để gửi ra được thông điệp đúng như mình mong muốn.

- Một trong những nguyên tắc của thông tin trong một cảnh và trong kịch bản là: khi bạn lập ra một yếu tố thông tin và đưa ra cho khán giả, khán giả sẽ mặc định tin rằng thông tin đó là đúng sự thật cho đến tận cuối phim, trừ khi nó được kể theo cách khác (trừ khi bạn phủ nhận lại thông tin đó hoặc cập nhật thêm thông tin)

Chính vì thế khán giả được dẫn dắt theo thông tin nào, họ sẽ tiếp tục tin vào thông tin đó cho đến hết phim. Điều đó nghĩa là bạn không cần nhắc lại thông tin (trừ khi bạn có chủ định muốn nhắc lại hoặc thay đổi thông tin vì một lí do nào đó). Do vậy, khi câu chuyện phát triển, khán giả sẽ tích lũy một lượng thông tin nhất định về thế giới câu chuyện của bạn và những con người sống trong đó.

Sự tồn tại của lượng thông tin nhất định đó đồng nghĩa với việc bất kỳ thông tin mới nào được đưa vào ở phần sau sẽ bị ảnh hưởng (bổ sung thêm hoặc bị thay đổi) bởi những thông tin mà khán giả đã có. Ví dụ, trong *Witness* nếu Samuel chỉ vào bức ảnh ngay từ những cảnh đầu tiên, điều này sẽ làm giảm ý nghĩa câu chuyện, và cậu bé đơn giản sẽ trở lại với cuộc sống cũ của mình. Nhưng việc cậu bé chỉ ra bức ảnh sau trường đoạn giết người, điều đó sẽ khiến cảnh chỉ ra bức ảnh giàu ý nghĩa hơn và báo hiệu một điềm gở sắp tới.

- Nguyên tắc thứ hai: Trật tự thông tin mà khán giả nhận vô cùng quan trọng khi bạn muốn họ hiểu thông tin mình đưa ra theo hướng thật kịch tính. Điều này rất thích hợp đối với thể loại phim rùng rợn, kinh dị hoặc án mạng bí ẩn.

Bật mí và bí mật thông tin
Rất quan trọng khi ta phải xác định được ai là người nắm thông tin trong một cảnh và trong kịch bản và ai không có được thông tin. Về cơ bản, có những khả năng sau:

- cả nhân vật và khán giả đều có cùng thông tin
- nhân vật có được thông tin mà khán giả không có
- khán giả có được thông tin mà nhân vật không có
- một vài nhân vật có thông tin, các nhân vật khác không có thông tin; khán giả cũng nằm ở vị trí tương tự.
- thông tin sai lệch

Mỗi một sự thay đổi tạo ra một hiệu ứng khác nhau trong tâm trí và cảm xúc của khán giả; tính tò mò, ngạc nhiên, kích thích, cảm xúc sâu sắc, tác động vui vẻ, sốc, vv. Nhiệm vụ của bạn là phải làm việc với những hiệu ứng cảm xúc này, tạo ra các hình thức cảm xúc trong khán giả nhằm kể lại câu chuyện thật hấp dẫn và kịch tính.

Những vấn đề bạn cần ý thức được là:

- Trước khi nhân vật nhận được một thông tin nào đó, họ phải diễn trong tình trạng không biết đến thông tin này.
- Nếu khán giả biết một điều gì đó mà nhân vật không biết, như vậy khán giả sẽ được đặt ở vị trí cao hơn, tuy nhiên, cuối cùng nhân vật cũng vẫn được biết thông tin đó. Từ góc nhìn của khán giả, việc này có thể bị coi là lặp lại vì họ đã biết thông tin này từ trước.
- Nếu một nhân vật biết điều gì đó mà khán giả không biết, dĩ nhiên cuối cùng khán giả cũng được biết thông tin này. (Hãy tạo ra một nhân vật không biết thông tin này, sau đó ta sẽ cho người đó biết).

Tóm lại, bạn cần biết rõ những tác động bạn đang tạo ra trong tâm trí khán giả bằng cách đưa ra và giấu đi những thông tin nhất định.

Gieo trồng và gặt hái
Điều này còn được gọi là "dấu hiệu dự báo". Nên nhớ rằng, mọi thứ trong kịch bản của bạn khi xuất hiện đều phải vì một lí do nào đó. Nếu bạn gieo một thứ gì đó (đối tượng, thông tin, tính cách), nó phải có mục đích gì đó ở phần sau của kịch bản: mọi hành động đều phải có hệ quả, mỗi một thông tin đều phải có tác động trở lại. Nếu đưa vào cảnh một khẩu súng, nó sẽ được sử dụng ở đoạn sau – ngay trong cảnh đó, hoặc ở cảnh sau. Việc sự dụng đoạn băng video và sự giả vờ sợ hãi ở đầu phim *Monster Inc*, là cơ sở để giăng bẫy con quái vật ở cuối phim. Trong *Gosford Park*, chai thuốc độc, con dao bị mất, bức ảnh mẹ của

Park: tất cả đều là những chi tiết quan trọng trong bộ phim drama bí ẩn này. Thực tế, việc gieo vào một chi tiết có thể quyết định cả chặng đường còn lại, đó là việc đề cập thoáng qua cái tên của Park mà chỉ có bà Wilson để ý tới. Cao trào của American *Beauty* có lẽ sẽ bị giảm bớt ý nghĩa đối với khán giả nếu thiếu đi cảnh ở giữa phim: đi tới tủ để súng.

Việc sử dụng chiếc khăn tay thêu hoa xuyên suốt bộ phim *American Beauty* tạo ra một cảm xúc đầy ý nghĩa, lớn dần theo sự phát triển của câu chuyện. Trường đoạn "bắt thủ phạm" mở đầu của phim *Minority Report*, John Anderton suy ra từ những hình ảnh trái/phải rằng đứa bé đang ở chỗ vòng quay ngựa gỗ; chính chi tiết này được cài đặt thông minh để chuẩn bị cho cảnh xóay nước ở đoạn sau của phim liên quan đến cái chết của Anne Lively. Ngay cả phim *Dumb and Dumber*, mỗi chi tiết được gieo vào (từ việc tè vào trong chai đến việc bán con vẹt đuôi dài đã chết cho một đứa bé mù) sớm hoặc muộn tất cả đều được "gặt hái".

Giờ hãy xem vai trò cuốn nhật ký của Sebastian và mặt thánh giá trên dây chuyền của Katherine trong phim *Cruel Intentions*.

Ngay cả nếu việc "gặt hái" không xảy ra sau khi kết thúc phim (ví dụ: diều búp bê trong phim *Priscilla, Queen Of Desert*, người đợi taxi trong *Airplane*), việc gieo trồng chi tiết nào đó chắc chắn phải thu lại một kết quả nhất định. Nếu không, thì bạn gieo thông tin để làm gì? Rõ ràng là bạn đang lãng phí những trang kịch bản.

Khi bạn gieo vào hoặc cài đặt một thông tin nào đó trong kịch bản (điều khán giả cần biết), nó cần được đưa vào ở một thời điểm thật tự nhiên và thuyết phục; quan trọng hơn, việc "gặt hái" từ hạt giống thông tin đó phải được sử dụng một cách cực kỳ hiệu quả và kịch tính, hãy cố giữ cho nó khỏi nảy mầm và đơm trái lâu nhất có thể. Trong phim *My Big Fat Greek Wedding*, chi tiết hài hước về *Windex* có vòng cung phát triển của riêng nó, nhưng nó được xây dựng để dành cho cảnh cuối trong chiếc xe limousine, khiến nó gây ảnh hưởng cảm xúc lớn hơn rất nhiều (xem phần tiếp theo: hệ thống hình ảnh)

Trong phim *Four Wedding And A Funeral*, hay xem nhân vật David (người anh/em bị câm điếc của Charlie) xoay xở như thế nào – anh ta đóng vai trò quan trọng trong đám cưới cuối cùng; đầu tiên ta chỉ thấy anh ấy đi qua, đứng ở phía sau bàn lễ tân đám cưới đầu tiên. Tiếp theo ta gặp anh ta ở ngoài rạp cine, và khi chúng ta nhận ra được anh ta là ai – chúng ta đã đi được đến 1/3 bộ phim. Tại sao phải để lâu đến vậy?

Hãy xem phim *Road To Perdition* và ghi lại những lần Michael sử dụng đến cuốn sách The Lone Ranger.

Hệ thống hình ảnh

Một *hệ thống hình ảnh* là một thư mục những hình ảnh được lặp lại xuyên suốt kịch bản, nó có vai trò dội lại tiếng vang, củng cố thêm cho chủ đề chính của câu chuyện.

Khán giả ngày nay rất tinh tế, dù họ không nhận ra cụ thể; nhưng họ có thể đọc ra được một điều gì đó là biểu tượng trong mỗi hình ảnh. Có một cách hiểu chung và một cách hiểu riêng về việc nhìn ra và chấp nhận các biểu tượng.

- *hình tượng bề ngoài*: những hình tượng có ý nghĩa ở trong phim giống hệt như ở ngoài phim (Những ngôi sao và vạch quân hàm, cây thánh giá.)
- *hình tượng bên trong*: một vật thể có ý nghĩa nào đó ở ngoài bộ phim (có thể là tích cực), nhưng đặt trong phim, nó lại mang ý nghĩa khác – tùy vào bạn quyết định – bên trong cấu trúc câu chuyện (có thể là tiêu cực)

Một vài ví dụ:
Tootsie: những hình ảnh và biểu tưởng nam giới và nữ giới.
Spider-Man: những hình ảnh mạng nhện (tự nhiên), nhưng đồng thời cũng biểu hiện những mối quan hệ đan xen rắc rối của con người; hệ thống giàn giáo (trong công trường, cấu trúc cầu và cũi); mạng lưới những chiếc bẫy, mạng lưới của những danh tính - mặt nạ và gương soi.
Minority Report: những hình ảnh liên quan đến sáng và mù; hình ảnh hiện tại và tương lai; khoa học và tôn giáo; kỹ thuật và tự nhiên; sự hoàn hảo và những nhược điểm của con người; khuynh hướng với chọn lựa và tự quyết định.
Chinatown: 4 hệ thống hình ảnh đan xen với nhau – chính trị suy đồi như một thứ xi măng trong xã hội, sự tàn bạo của tình dục, nước và hạn hán, mù và sáng.

> Trong bản nháp đầu của *The Fisher King*, chén thánh ban đầu là một con cá hồi. Sau đó tôi đổi đi vì tôi nhận ra rằng Chén thánh là một biểu tượng tuyệt vời được sử dụng phổ biến hơn nhiều.
>
> *Richard LaGravense*
> Biên kịch: *The Horse Whisperer, The Fisher King*
> *A Decade Under The Influence, The Bridges Of Madison County*

Kịch bản của bạn phải đạt được cả hai kiểu hình ảnh trên, ở mức độ cân bằng; nghiêng hẳn về một bên sẽ khiến khán giả không gần gũi với câu chuyện. Hãy chọn hình ảnh một cách cẩn thận, nhẹ nhàng đưa chúng vào trong kịch bản theo tiềm thức: đủ rõ ràng để Người đọc thẩm định có thể nhận ra, nhưng không để khán giả ngồi trước màn hình thấy được rằng họ đang bị nhồi nhét những hình ảnh này.

> Hình ảnh chiếc túi nylon nhảy nhót là một trong những yếu tố quan trọng của phim *American Beauty*, nó là trục để bộ phim xoay quanh

Sam Mendes - đạo diễn

- Hãy chọn ra một phim ở chương 7
- làm việc với hệ thống hình ảnh trong phim/liệt kê chúng ra
- chia nhỏ danh sách của những hình tượng bề ngoài và bên trong.
- làm tương tự với kịch bản của bạn

Nguyên tắc số ba
Dường như có một điều gì đó bí ẩn và thần kỳ đối với bộ ba. Hay xem hầu hết các bộ phim, bạn sẽ thấy một khuôn mẫu trong hành trình của nhân vật trung tâm khi vượt qua chướng ngại vật: cố gắng lần một – thất bại, cố lần hai - vẫn thất bại, cố lần ba – thành công. Điều này không chỉ được áp dụng trong toàn bộ kịch bản, mà cả trong từng cảnh (nhân vật chính diện, phản diện, một người trợ tá hoặc một mối tình – đó cũng là bộ ba). Hãy xem những bài phát biểu kịch tính hướng xung quanh những câu đề từ của phim, chúng cũng nằm trong quy tắc con số ba. Bài phát biểu của Alec Baldwin mở đầu pim *Glengarry Glen Ross* không chỉ thể hiện đạo đức văn hóa của môi trường làm việc mà còn tạo ra một mục tiêu chung cho các nhân vật trong kịch bản và đưa ra nguy cơ có thể xảy đến. Anh ta đưa ra 3 giải thưởng: một chiếc xe Cadillac Eldorado; tiếp theo một bộ dao ăn đắt tiền và cuối cùng là thất nghiệp.

Hãy nghiên cứu nhân vật Gordon Gekko với đoạn thoại "Tham là tốt" trong phim *Wall Street*. Có nguyên tắc con số ba ở đây không? Bạn có tìm ra được những ví dụ trong lời thoại hoặc hành động có liên quan đến nguyên tắc con số ba?

Thế còn kịch bản của bạn?

11
Bước tiếp theo

Trong chương này các bạn sẽ học:

- **cô đọng câu chuyện và nhân vật thành 1 trang tóm tắt**
- **step outline là gì?**
- **làm sao để trình bày kịch bản dưới dạng treatment**

Một trang tóm tắt
Bước tiếp theo của bạn là viết tóm tắt. Chỉ là một trang ngắn gọn (cực kỳ quan trọng) kể lại ngắn gọn toàn bộ câu chuyện, theo từng dòng và để ở thời hiện tại, đánh máy (cách dòng đơn) trên trang A4. Trang này phải thể hiện được:

- những nút thắt, điểm ngoặt và cao trào cuối của cốt truyện.
- các nhân vật chủ đạo và mối quan hệ tương tác giữa họ.
- đưa ra được phong cách của kịch bản.

Bạn viết bản tóm tắt này cho chính mình, để có được một bức tranh tổng thể về kịch bản của mình. Không nhất thiết phải viết ra một bản tóm tắt, nhưng nó có thể được dùng để chẩn đoán và xác định những điểm yếu trong cốt truyện của bạn – và những điều gì có thể cắt mà không làm mất đi ý chính của chuyện. Đôi khi chính những điểm yếu có thể tấn công bạn từ trên trang giấy.

Ví dụ, tóm tắt phim *The Third Man* như sau:

> Holly Martin là một nhà văn chuyên viết chuyện miền Tây, nhiệt tình nhưng hơi ủ rũ, anh ta đến Vienna để làm việc cho người bạn tên là Harry Lime. Một sỹ quan cảnh sát người Anh, lạnh lùng nói với anh ta rằng Lime, một tay gangster khét tiếng đã bị chết trong một tai nạn trên phố.
> Không tin vào điều đó, Martin bắt đầu đi tìm gặp những người quen của bạn mình: cô diễn viên cô đơn đem lòng yêu anh bạn; 2 người quen khác: Kurtz yếu ớt và Popescu gian xảo, kẻ chứng kiến vụ tai nạn; người khuân hành lý và bác sĩ của anh bạn.
> Vụ điều tra dẫn anh ta đến hang ổ của thế giới suy đồi của Vienna, phát hiện ra rằng Lime (một tên lưu mang chính hiệu) vẫn còn sống và đang đấu tranh với lương tâm và kết thúc là cuộc săn đuổi của Holly với bạn của mình, kẻ đang sống ẩn mình ở cặn đáy xã hội – hạ màn.

Bạn có thể tìm thấy những mẩu tóm tắt phim trong những bài viết giới thiệu phim trên các tạp chí (Chương 19), trong những bản tin giới thiệu chương trình TV của các tạp chí truyền hình. Nếu có thể bạn hãy thử tìm những bộ hồ sơ của phim dành để gửi cho báo chí (một dạng thông cáo báo chí), trong đó cũng có những bản tóm tắt ngắn gọn (hãy thử gọi điện đến các nhà xuất bản hoặc các công ty sản xuất phim).

Đừng thấy bối rối với một trang tóm tắt, chính trang viết này (bản tóm tắt hoặc bản chào hàng) sẽ được dùng như một tài liệu đem bán hoặc là một ý tưởng hay gửi đến nhà sản xuất (Chương 19)

Hãy viết tóm tắt phim của bạn - chỉ trong một trang thôi.

Step outline

Cho đến thời điểm này, bạn đã có một bộ khung vững chắc cho kịch bản của mình. Bước tiếp theo là vạch ra step outline (còn được gọi là đề cương chi tiết hoặc step sheet)

Bạn cần những mẩu giấy có kích thước như sau: 75. x 12.5 cm. Mỗi một mẩu giấy bạn thể hiện một cảnh trong kịch bản (kể cả những cảnh cầu nối), phần trên cùng của mẩu giấy, bạn viết tiêu đề cảnh (slug line). Sau đó dần dần mô tả lại

những điều diễn ra trong cảnh đó, ngắn gọn và rõ ràng; bao gồm cả thoại, nếu thấy cần thiết. Chú ý cách mở đầu và kết thúc mỗi cảnh, nó được phát triển đến đoạn giữa như thế nào? Tại sao chỉ là kích thước 7.5 x 12.5cm? Bởi vì các chuyên gia cho rằng nếu cảnh của bạn không nằm vừa trong khổ giấy đó, thì cảnh quá dài.

Những mẩu giấy này sẽ giúp bạn tổ chức các cảnh thành trường đoạn và Hồi, nghiên cứu xem, cảnh này được đặt cạnh so sánh với cảnh tiếp theo như thế nào, nghiên cứu câu chuyện và sự phát triển của nhân vật, nghĩ ra ý tưởng về nhịp độ và cao trào nổ ra ở đâu.

Khi viết xong các tấm giấy, hãy trải chúng ra trước mặt – trên sàn nhà hoặc dán lên tường – nghiên cứu cho kỹ. Bạn sẽ bắt đầu có cảm giác mình đang kiểm soát được tòan bộ kịch bản. Xáo trộn các mẩu giấy lên, lấy ra vài mẩu giấy và bỏ đi vài cảnh, thay cảnh mới vào; nếu bạn muốn dùng màu sắc để đánh dấu các nhân vật, cốt truyện và cốt truyện phụ, hãy sử dụng bút đánh dấu. Hãy làm tất cả những gì có thể để sáng tạo ra một hiệu quả kịch tính lớn nhất có thể trong kịch bản của bạn. Bạn có thể thấy những hướng dẫn sau đây có ích cho mình:

Cấu trúc

Đánh dấu những cảnh kịch tính quan trọng. Kiểm tra xem vị trí của chúng ở đâu trong tổng thể kịch bản. Đó là những điểm cao trào của câu chuyện. Hãy tự hỏi bản thân:

- Liệu những cảnh lớn đó có đẩy câu chuyện tiến một bước rõ rệt?
- Tính hồi hộp có được duy trì trong toàn bộ câu chuyện?
- Đã có đủ yếu tố ngạc nhiên (những nút thắt không ngờ) để khiến khán giả luôn thấy hứng thú và quan tâm?
- Liệu những khủng hoảng trong câu chuyện của mình có xuất hiện đều rải rác trong tòan bộ câu chuyện hay chúng được dồn đống lại? (ngoại trừ những khủng hoảng dồn dập xảy ra ở hồi 3)
- Mình có đang đẩy tình huống lên tột cùng trước mỗi khủng hoảng hoặc một sự việc vui vẻ? Liệu đã đủ chưa?
- Những cảnh nghỉ, thở phào có được sử dụng đúng chỗ (sau một cao trào hoặc một khoảnh khắc kịch tính)

Các nhân vật

Bạn cần biết các mục tiêu của nhân vật, trong tổng thể kịch bản và trong từng cảnh. Hãy xem chức năng của mỗi cảnh, đó chính là mục đích của kịch bản.

- hay xem khi nào các nhân vật khác nhau xuất hiện.
- cách bạn thể hiện họ qua lời nói và hành động đã đáng tin chưa?
- họ có kiên định từ đầu đến cuối?
- liệu sự phát triển của họ có thuyết phục?

- các nhân vật có xuất hiện đúng lúc trong suốt kịch bản hoặc có nhân vật nào bị biến mất quá lâu, chỉ bất ngờ xuất hiện khi sự đã rồi hay vì lợi ích của cốt truyện?

Những điểm yếu
Hãy nhìn vào những điểm yếu của kịch bản mà bạn có thể sửa:

- Liệu những điểm hành động căng thẳng có được đặt quá gần nhau? Hãy chèn vào một đoạn nghỉ, một cảnh thoại mô tả rõ hơn về nhân vật, hoặc một cảnh tâm trạng hoặc một sự trì hoãn để tăng tính hồi hộp.
- Khi không có đủ những điểm thú vị nổi bật? Hãy chèn vào thêm một vài khủng hoảng, hãy gia tăng tính hồi hộp một cách cẩn thận để giữ khán giả nán lại trên ghế và bổ sung thêm nhiều điểm nút xoáy ngạc nhiên.
- Quá nhanh hoặc quá chậm? Hãy thêm những cảnh thể hiện nhân vật hoặc mối quan hệ với nhân vật khác. Việc này sẽ tạo chiều sâu cho khán giả - có thời gian hiểu về nhân vật chứ không đơn thuần cứ phải liên tiếp theo dõi những cảnh hành động dồn dập.

Cấu trúc cảnh
Hãy nhìn vào mỗi cảnh và cấu trúc nội tại của nó. Nếu cảnh đó không hiệu quả:

- Bạn đã rõ về mở-thân-kết chưa?
- Nếu cảnh được xây dựng, liệu kết quả hoặc điểm cao trào có phù hợp?
- các nhân vật và hành động của họ trong cảnh có thuyết phục không?
- Liệu các nhân vật có đáng tin; liệu họ có hành động như thế khi tình huống trong cảnh đó đó xảy ra với mình?
- về cơ bản, các cảnh có thú vị không?
- cảnh này có thực sự cần thiết trong cốt truyện?

Các nhà biên kịch sử dụng rất nhiều công cụ khi viết một kịch bản, nhiều yếu tố được thể hiện ra trong cảnh - tổ chức, cấu trúc, nhân vật, mối quan hệ, bối cảnh, tông điệu, góc nhìn, thoại, đạo cụ, phục trang, âm thanh. Hãy sử dụng chúng! Hãy nghĩ bằng hình ảnh (chứ không phải từ ngữ), đó chính là nền tảng cơ bản của bạn. Bạn không phải đang cố gắng làm cho nó y như thật, bạn làm cho nó sống động.

Việc tiếp theo là viết…

Treatment
Đó là cái gì vậy? Đó là một tài liệu (khỏang 12-15 trang cho tập phim truyền hình 1 giờ, từ 25-30 trang đối với kịch bản phim nhựa), được đánh máy, cách dòng đơn, trên trang A4 (một mặt), kể cốt truyện của bạn theo đúng trình tự như trong kịch bản. Có một vài treatment được rao bán (xem phần Tìm hiểu thêm), nhưng thường những treatment có sẵn rất khó để nắm được hết.

Tác dụng của treatment? Nó có hai chức năng:

- Ban dadàu, là một công cụ cho nhà biên kịch tổ chức suy nghĩ của họ và phát triển, thêu dệt kịch bản của mình.
- Say đó, chức năng chính của treatment là một tài liệu đem bán cho một nhà sản xuất (Chương 19)

Để sử dụng riêng, treatment của bạn có thể có độ dài tùy ý.

Treatment cần làm được gì? Nó cần

- kể câu chuyện rõ ràng, xác định được cả cốt truyện chính và phụ
- tập trung vào cấu trúc kịch tính tổng thể
- cho ta biết ta nhìn thấy điều gì: nhân vật, hành động
- truyền tải tâm trạng, không khí, cảm giác của kịch bản
- viết một cách sinh động; câu ngắn gọn (cố gắng viết mỗi câu một cảnh), ở thời hiện tại, sử dụng dạng chủ động và các danh từ miêu tả để ghi lại hành động, sức sống và nhịp độ của kịch bản. Nhịp rất quan trọng (cố gắng duy trì tỉ lệ ¼ ½ ¼ trong treatment của bạn)
- bao gồm những chi tiết ngắn gọn về nhân vật (2-3 câu) đối với nhân vật chính. Kết hợp với văn bản khi đưa các nhân vật vào trong kịch bản, (lần đầu xuất hiện, tên được viết chữ in hoa, sau đó viết chữ thường). Bạn không cần thiết phải có một tờ giấy riêng mô tả nhân vật và nguồn gốc của họ; bạn đang bán một câu chuyện, chứ không phải cây phả hệ của dòng họ nhân vật.
- sử dụng trích thoại nếu cần thiết. Nhưng chỉ khi nó giúp tô màu và tạo được hương vị cho kịch bản của bạn - hạn chế dùng thoại.
- tránh chỉ đạo máy quay hoặc gợi ý âm nhạc

Viết treatment có dễ không? Không. Thực tế là có rất nhiều nhà biên kịch (và người đại diện) cho rằng viết treatment còn khó hơn viết kịch bản. Thậm chí thời gian viết treatment bằng nửa thời gian viết kịch bản. Viết treatment là cả một kỹ năng riêng.

Không có cách viết treatment nào là chuẩn cả. Có những mẹo nhỏ được dùng khi viết treatment; mỗi kịch bản đều đặc biệt, bạn phải truyền tải được tính đặc trưng của nó thông qua treatment.

Có nhất thiết phải viết ra một treatment? Không, nhưng đây là một khâu rất quan trọng. Tại sao?

- Một treatment bộc lộ những điểm yếu trong một kịch bản đã được xây dựng. Nó cho bạn biết liệu rằng kịch bản này có đáng để đi tiếp. Nếu mọi thứ ổn thỏa, bạn có thể nhanh chóng chuyển sang giai đoạn tiếp theo - viết bản nháp đầu tiên. Nếu treatment gây rắc rối cho bạn, quẳng nó đấy trong 1-2 tuần, làm dự án khác. Quên nó đi một thời gian, rồi quay lại với

nó. Đừng bao giờ vội viết bản nháp đầu cho đến khi bạn hài lòng với treatment.

- Cuối cùng, bạn cần gửi treatment cho một nhà sản xuất và thu hút sự quan tâm của họ (đọc treatment nhanh hơn đọc cả kịch bản). Không phải tất cả các kịch bản đều có treatment đính kèm. Cuối cùng, kịch bản mới chính là sản phẩm được đem bán.

Treatment giống như một ly thuốc độc. Viết nó cực kỳ khó, một cơn ác mộng, và nó chỉ có thể đem đến cho bạn cảm giác về bộ phim. Vấn đề là: bạn không thể viết một kịch bản trước khi viết một treatment

Adrian Hodges

Biên kịch: *Tom and Viv, The Lost World, Lorna Doone.*

Hãy cố tìm được những bản treatment hay (xem phần Tìm hiểu thêm). So sánh những khác biệt của chúng. Ghi lại xem chúng đã truyền tải được năng lượng và cảm giác của bộ phim (sau khi hoàn thành) như thế nào.

Hãy viết treatment của chính bạn. Sử dụng tất cả những công cụ bạn có trong tay: những mẩu giấy kín chữ, ý tưởng, hình ảnh, khả năng kể chuyện của bạn, hãy kể lại một câu chuyện thật hay.

Một vài website có ích:

www.lsw.org.uk/sc3.htm
www.reunionswel.com/screenplay/MainPages/ScreenplayTreatments.htm
www.wordplayer.com/columns/wp37.Proper.Treatments.html

… hoặc sử dụng những trang web tìm kiếm và các từ khóa: screenplay, treatments, tips or buy.

12
Viết thực sự

Trong chương này bạn sẽ học:

Cách viết bản nháp đầu tiên – trong tình trạng dồi dào năng lượng dồn nén.

Tôi tiếp cận một bản nháp đầu tiên giống như tôi làm bài thi trắc nghiệm: nếu tôi gặp phải một chỗ khó nhằn, tôi sẽ đánh dấu lại, đi tiếp đến cuối rồi quay lại với nó sau. Vấn đề đối với các nhà biên kịch trẻ đó là họ cứ viết lại liên tục và mất đi tính ngẫu hứng. Bình tĩnh lại. Đây đâu phải là lần duy nhất bạn được viết.

Tom Schulman

Bản nháp đầu tiên
Giờ bạn đã hoàn thành 65% công việc trước khi viết chính thức. Hãy cố tiếp 5%: viết *bản nháp đầu tiên*. Bạn hãy làm việc này với một năng lượng tràn đầy - cố gắng không dành quá 10 ngày liên tiếp để hoàn thành nó. Hãy sử dụng những mẩu giấy đã viết như là sơ đồ chỉ dẫn cấu trúc kể chuyện và lời thoại, hãy ngồi xuống và viết đi!

Đặt cho mình một kế hoạch chiến lược: nếu mục tiêu của bạn là 120 trang, hãy viết tối thiểu 12 trang mỗi ngày. Đừng có sợ viết nhiều quá - nhiệm vụ của bạn không phải là đưa ra một bản hoàn chỉnh mà là đưa tất cả lên trang giấy và hình thành một kịch bản.

Mẹo: Nếu viết bằng tay, hãy gập tờ giấy theo như layout của Chương 2. Nó sẽ giúp bạn có được độ dài, thời gian và nhịp độ hợp lý (1 trang = 1 phút).

Đừng quay lại với những gì đã viết của hôm trước, việc đó để sau.

Hãy cố gắng:

- tránh những câu văn và hình ảnh quen thuộc
- tránh viết những gì rõ mồn một (những lời thoại hoặc miêu tả quá hiển nhiên)
- rõ ràng: tránh thứ ngôn ngữ rườm rà (đặc biệt trong thoại)
- thoại ngắn và kịch tính
- thể hiện hành động và phản ứng
- viết bằng hình ảnh
- nghĩ bằng hình ảnh - bạn chiếu hình lên, chứ không phải kể chuyện.
- hãy làm cho mọi thứ hiển hiện, đáng nhớ và (hi vọng) dễ đọc

Dĩ nhiên, bạn sẽ không thể làm được tất cả ngay trong bản nháp đầu tiên, nhưng luôn lưu ý những điều này trong đầu. Bỏ sách xuống, đi lấy các mẩu giấy và *viết kịch bản thôi*!

---10 ngày sau---

Dấu chấm hết : kết thúc hoặc mở đầu?

Vừa ngoi lên từ đường hầm của bản nháp, bạn sẽ cảm thấy: “Ôi, mình đã thành công, mình không thể làm hay hơn thế được!” Sai lầm! Bạn có thể - và bạn sẽ làm được trong quá trình viết lại. Nhưng trước tiên bạn cần phải thở đã. Bạn đã dính quá chặt với kịch bản – quá gần để có thể nhìn nhận khách quan. Bạn cần đứng xa ra một chút.

Đặt bản nháp lên kệ - trong một tuần (tối thiểu), hoặc là 1 tháng và quên nó đi. Làm việc với những dự án khác, từ chính những ý tưởng bạn đã thu thập được

(đừng có thấy tội lỗi, các nhà biên kịch thường làm vài dự án cùng một lúc). Khi quay lại với kịch bản trước, bạn sẽ đọc nó một cách khách quan. Khi đó bạn mới sẵn sàng cho giai đoạn viết lại (30% cuối cùng), đó chính là lúc kịch bản chính thức bước ra.

13
Nghệ thuật viết lại

Trong chương này các bạn sẽ học:
những giai đoạn và kiểu viết lại khác nhau mà bạn phải trải qua khi làm việc với kịch bản – đó là nơi mọi thứ thực sự bắt đầu gắn kết lại với nhau.

> Một nhà biên kịch giỏi không phải là người biết cách viết mà là người biết cách viết lại
>
> *William Goldman*
>
> Bạn viết từ chính trái tim mình và viết lại từ khối óc
>
> *Viki King*
> biên kịch, giảng viên, nhà văn
>
> Với *Sense And Sensibility*, khi cần phải viết lại phần lớn, tôi đã thực hiện vài lần, thậm chí rớt không ít nước mắt.
>
> *Emma Thompson*

--------------------------- ------------X tuần sau ---

Bản nháp đầu tiên là bản được viết với đầy đam mê và tốc độ, đó là lí do tại sao bạn như bị đốt cháy khi muốn ngay lập tức trút hết ra. Viết lại là khi bạn áp dụng kiến thức của những kỹ thuật viết ở phần trước vào bản nháp này. Một kỹ xảo để có được một kịch bản hay đó là kết hợp được hai yếu tố đam mê và lý trí sao cho không mất đi nhiệt huyết ban đầu và cũng định hướng đúng đắn để gợi hứng thú.

Chẳng có chuyện học hỏi mà không phạm sai lầm, và viết rồi viết lại là quá trình mắc các sai lầm: đối mặt với ngõ cụt, khám phá ra những hướng đi mới hay hơn, đường tắt – và đi theo cách *của bạn*.

Tạm tách rời bản nháp đầu tiên trong một thời gian, đọc lại một hơi, không nghỉ cũng không đánh dấu hay ghi chú gì; hãy cảm nhận kịch bản một cách tổng quát. Sau đó tự hỏi mình những câu hỏi trong phần dưới đây, ghi chú vào một mẩu giấy riêng. (Những câu hỏi này dựa trên danh sách các câu hỏi do các công ty sản xuất đưa cho Người đọc thẩm định)

Hãy đưa kịch bản và danh sách câu hỏi này cho những ai mà bạn thấy ý kiến của họ đáng trân trọng (không phải bạn thân hay họ hàng) và yêu cầu họ ghi chú lại.

Cuối cùng, bạn sẽ có rất nhiều ghi chú liên quan đến các mảng khác nhau trong kịch bản của bạn. Phân loại các ghi chú đó ra: cấu trúc, cốt truyện, cốt truyện phụ, trường đoạn, nhân vật, thoại, hình ảnh, vv… bao nhiêu loại tuỳ bạn.

Một lỗi mà người ta thường mắc phải khi bắt đầu công việc viết lại đó là cho rằng mình có thể sửa chữa lại toàn bộ kịch bản chỉ qua một lượt. Sai lầm, bạn sẽ phải trải qua nhiều lần viết lại cho đến khi bạn cảm thấy hài lòng - mỗi lần viết lại, hãy nhìn ở những góc độ khác nhau của kịch bản và giải quyết những khúc mắc trong mỗi lần viết lại. Dần dần, bạn sẽ khiến cho kịch bản của mình mạnh hơn lên. Đây là một công việc phức tạp chiếm đến 30% của cả quá trình viết, vì thế đừng cố gắng viết lại chỉ 1 lượt cho xong.

DANH SÁCH TIÊU CHUẨN ĐÁNH GIÁ KỊCH BẢN

1. CÁC NHÂN VẬT
   a. Bạn có tin vào họ không?
   b. Lối nói chuyện của mỗi nhân vật có (i) mang tính cá nhân, (ii) chân thực, (iii) nhất quán không?
   c. Liệu chúng ta biết về họ có đủ để hiểu họ hoàn toàn? Viết về nhân vật đã đủ độ sâu chưa?
   d. Động cơ của nhân vật đã rõ ràng chưa?
   e. Liệu nhân vật có phát triển thêm hay vẫn y nguyên như ở lúc đầu phim?
   f. Liệu nhân vật có cuộc sống của riêng mình hay chỉ là một con rối đang được nhà biên kịch chỉ huy theo ý của họ?
2. XUNG ĐỘT
   a. Có xung động không?
   b. Liệu xung đột có là một điều gì đó mơ hồ trong quá khứ hay đó là chuyện cá nhân?
   c. Quá khứ có liên quan quá nhiều đến hiện tại và tương lai?
   d. Có điều gì nghiêm trọng ảnh hưởng đến tình thế nguy nan của nhân vật?

3. HÀNH ĐỘNG (đừng nhầm lẫn với những hoạt động chung chung)
   a. Mọi người có làm việc nọ việc kia không?
   b. Có chuyện xảy ra không?
   c. Có ai gây ra chuyện không?
   hoặc d. Đó có phải là những chuyện chung mọi người cùng tán phét với nhau?
   hoặc e. Hoặc đó chỉ là chân dung của (i) cá nhân, (ii) một nhóm?
   g. Kịch bản có nhấn mạnh thời gian trong khi nhân vật đang cố gắng giải thóat khỏi khó khăn?
   h. Mọi người có thực sự lao vào việc hay chỉ diễn tập?

4. CỐT TRUYỆN

a. Câu chuyện có phải là một quá trình diễn biến tuần tự các sự việc (ví dụ: một ngày trong cuộc sống của…)
b. Có nhiều nguyên nhân và hệ quả?

5. XÂY DỰNG
a. Nhịp độ có đang dạng không?
b. Các cao trào đã chuẩn chưa?
c. Cốt truyện có phát triển đúng tốc độ chưa?
d. Kết thúc tốt chứ?
e. Sự mong đợi của khán giả có được thỏa mãn?

6. NỘI DUNG
a. Chủ đề ngầm ẩn hay biểu lộ?
b. Nội dung có thực sự rõ ràng?
c. Các nhân vật có biết không?
d. Họ có cần biết không?
e. Chủ đề được mô tả rõ ràng hay đi ra từ cốt truyện ?
f. Người viết có đem quan điểm cá nhân vào trong chủ đề?
g. Theo những gì anh ta muốn nói, độ dài như vậy đã đủ chưa?

7. TÍNH THỰC TẾ
a. Nó tốn kém đến mức nào?
b. Tất cả các nhân vật có cần thiết không? (Đủ chưa?)
c. Có nhiều bối cảnh quá không? Có bố trí được trọn vẹn trong trường quay không?
d. Nếu bộ phim được đề xuất, liệu nó có đáng không?
e. Những cảnh ngoại có tác dụng bổ sung về mặt nội dung hình ảnh và/hoặc cảm xúc?
f. Nếu đây là một kịch bản phim thực sự, liệu có thể cô đọng nó lại không?

8. MỤC ĐÍCH CỦA VIỆC ĐÁNH GIÁ.
Hãy bỏ qua những nhận xét mang tính cá nhân về chủ đề của kịch bản, hãy coi nó như một sản phẩm khách quan:
a. Bạn có muốn lật sang trang kế tiếp?
b. Dựa theo cảm giác, bạn thấy thích hay không thích? Hay bạn thấy nó tẻ nhạt?
c. Người viết kịch bản có hiểu tác phẩm của mình?
d. Anh ta có điểm lóe sáng nào không?
e. Bạn có muốn làm việc với kịch bản này?
f. Liệu đông đảo những khán giả trong thời đại hiện nay có thích tác phẩm này không? (Shakespeare đã nhắm vào đúng đối tượng khán giả trong thời kỳ của ông)

NHỮNG GÌ TRÌNH BÀY Ở TRÊN CHỈ LÀ MỘT DANH SÁCH. NÓ KHÔNG NHẰM ĐƯA RA NHỮNG TIÊU CHUẨN VÀ QUY TẮC KHÔNG THỂ PHÁ VỠ, BỞI VÌ THỰC TẾ LÀ CHẲNG CÓ QUY TẮC NÀO CHUẨN CẢ. NẾU

MỘT KỊCH BẢN CÓ THỂ LÀM BẠN SAY MÊ DÙ RẰNG NÓ CHẲNG TUÂN THEO BẤT CỨ NGUYÊN TẮC NÀO TRONG CUỐN SÁCH NÀY, BẠN CỨ TIẾP TỤC VỚI NÓ.

Tôi gợi ý rằng ít nhất nên có 6 giai đoạn:
Viết lại lần 1: Tính dễ hiểu
Viết lại lần 2: Cấu trúc
Viết lại lần 3: Nhân vật
Viết lại lần 4: Thoại
Viết lại lần 5: Phong cách
Viết lại lần 6: Trau chuốt

Việc viết lại là nhìn vào những vấn đề thường gặp ở các kịch bản, và tập trung vào chúng. Viết lại cũng quyết định xem sẽ giữ lại và (quan trọng hơn) bỏ đi điều gì. Kỹ năng thủ công ở đây chính là cắt bỏ: cắt bỏ những thứ không cần thiết, dư thừa, nhạt nhẽo mà không làm giảm đi đam mê và mãnh liệt của kịch bản. Đây là những quyết định khó khăn, nhưng bạn buộc phải làm vì nó cần thiết. Hãy học cách "giết đi đứa con tinh thần" - cắt bỏ những dòng thoại ưa thích, những đoạn miêu tả hoặc những cảnh không phù hợp, hãy làm như vậy hoặc để lại khoảng trống trên giấy,

> Trước tiên, cắt hết những gì gọi là tư duy sâu sắc, sau đó cắt hết tính từ. Tôi đã phải cắt bỏ những điều mình ưa thích. Tôi không nương tay khi phải cắt chúng: không một chút nuối tiếc, thương cảm. Những đoạn viết ưa thích mà tôi sáng tạo ra sẽ bị cắt bỏ xoẹt xoẹt…
>
> *Paddy Chayefsky*
> Biên kịch: *Network, Being There.*

Viết lại lần 1: Tính dễ hiểu
Vấn đề quen thuộc khi bạn đọc bản nháp đầu tiên của mình là: bạn không thể hiểu tại sao những chuyện đó lại xảy ra hoặc tại sao nhân vật lại làm vậy. Lý do là ở chỗ: câu chuyện hoặc nhân vật có thể tồn tại trong tâm trí bạn, nhưng bạn chưa đưa vào những yếu tố quan trọng, những lí do hay những thông tin vào đúng chỗ trên trang giấy.

Hãy tự hỏi bản thân:

- Liệu câu chuyện mà tôi chọn đã là câu chuyện kịch tích nhất, giàu cảm xúc nhất ?
- Những mẩu thông tin nào khán giả cần được biết để có thể hiểu toàn bộ câu chuyện? Những thông tin đó có được đưa vào ở khoảnh khắc kịch tính hoặc hiệu quả nhất?
- Liệu tôi có làm kịch bản của mình hay hơn không khi đi theo đúng thể loại của nó? Ví dụ: nếu câu chuyện tình lãng mạn phiêu lưu của bạn

chưa đủ độ lãng mạn và nguy hiểm, có lẽ phần kết của nó sẽ không khớp với đúng thể loại chuyện bạn đang viết.

- Liệu các nhân vật của tôi có làm những việc rất bình thường mà không có lí do cụ thể? Nếu bạn không tìm ra được một câu trả lời thuyết phục, hãy chuyển sang một hướng khác tốt hơn.
- Liệu cấu trúc bạn chọn (3 hồi hoặc đa cốt truyện) có thật phù hợp với kịch bản của bạn? Liệu khi được kể bằng cấu trúc khác câu chuyện có hay hơn không?
- Tôi đang kể câu chuyện của ai, khán giá đang theo dõi câu chuyện dưới góc nhìn của ai?

Có một xu hướng mà các bản nháp đầu tiên thường gặp phải đó là cấu trúc lộn xộn - chứng tỏ phần chuẩn bị trước khi viết chưa được kỹ. Ví dụ: trong kịch bản 120 trang của bạn, 70 trang đầu chỉ đi vòng quanh, câu chuyện thực sự bước vào ở 50 trang cuối, nghĩa là bạn đã phí mất 70 trang đầu. Làm sao để tránh tình trạng đi lòng vòng? Hãy đảm bảo rằng mình có một cái kết xứng đáng.

Hãy đặt câu hỏi:

- Sự khác biệt của câu chuyện này là gì? Hãy luôn giữ trong đầu câu hỏi này trong suốt quá trình viết lại. Tính nguyên bản/sáng tạo không chỉ là một yếu tố, nó là một sự hòa trộn.
- Cấu trúc kịch tính của câu chuyện là gì? Không chỉ là cấu trúc 3 hồi tổng thể, mà là những phần nhỏ nằm bên trong nó.
- Hồi tưởng và tưởng tượng tương lai: chúng đã được sử dụng hợp lý chưa, không hẳn chỉ là một công cụ để bổ sung thông tin? Mẹo: hãy xây dựng một cấu trúc kịch tính hòan chỉnh trong chính những hồi tưởng hoặc phần tưởng tượng tương lai. Khi đó bạn biết tuần tự sự việc nên xảy ra như thế nào và phần nào thực sự cần cho kịch bản của mình.
- Điều gì là ngạc nhiên? Nó nằm ở đâu? Nếu điều đó có thể đóan trước được, kịch bản của bạn chẳng thể thuyết phục được khán giả.
- Thông tin: liệu thông tin có được giữ kín cho đến lúc cần thiết để khán giả biết? Chỉ đưa ra thông tin khi nó đem đến cảm xúc cho khán giả, và khiến họ ngạc nhiên nhất.
- Độ dài đã phù hợp chưa? Liệu câu chuyện đã có độ dài vừa đủ chưa? Nó có ngắn quá hoặc dài lê thê?
- Bạn đã bắt đầu và kết thúc câu chuyện đúng lúc chưa?
- Chủ đề: đâu là thông điệp thực sự của kịch bản? Bạn có thực sự biết thông điệp đó? (đây là những câu hỏi mà bạn phải đối mặt). Một khi bạn biết rõ chủ đề, bạn sẽ xác định được cốt truyện và cốt truyện phụ, hình ảnh, phép ẩn dụ, thiết kế vai diễn, vv. để làm nổi bật chủ đề hơn. Chủ đề gắn liền với các Hồi và với sự phát triển của nhân vật (đặc biệt là ở Hồi 3) và nó phải thống nhất trong cả câu chuyện.
- Tại sao bạn muốn viết câu chuyện này? Cũng giống như chủ đề, bạn thường không trả lời được câu hỏi này cho đến khi viết xong treatment hoặc bản nháp đầu. Hãy xác định được lí do tại sao và sau đó bạn có thể quyết định được cốt truyện và cốt truyện phụ.

Viết lại lần 2: Cấu trúc

Tôi không nhất thiết phải tin vào cấu trúc 3 hồi khi lần đầu tiên viết thứ gì đó. Tuy nhiên, tôi coi nó là một công cụ chẩn đóan hữu ích khi ngồi viết lại: quay trở lại với bản nháp để xem có điều gì không ổn hoặc không rõ ràng.

Tom Schulman

Hãy đặt vấn đề sex ngay chính xương sống của bộ phim.

Robert Mckee , giảng viên biên kịch

Mỗi một hành động trong kịch bản của bạn (thể trạng, cảm xúc, chữ viết, tâm lý, vv.) phải có tác dụng thúc đẩy câu chuyện và liên hệ chặt chẽ với mạch chuyện. Mạch chuyện chính là quá trình nhân vật trung tâm cố gắng đạt được mục tiêu cuối cùng - động cơ bên ngoài. Nếu không có mối liên hệ, hành động đó cần bị cắt bỏ. Một hành động hợp lý cần được khéo léo lồng vào trong kịch bản với tác dụng đẩy cao mâu thuẫn. Mạch chuyện tổng thể phải không ngừng đi lên và leo thang đi đến thẳng cao trào của Hồi 3.

Hãy xem xét những yếu tố của mỗi Hồi:

Hồi 1:
Mục đích: thông tin thiết yếu của câu chuyện; giới thiệu nhân vật chính; tạo dựng xung đột, tông điệu, phong cách hình ảnh, bối cảnh (thể chất, tâm lý-xã hội); xây dựng chủ đề và tâm trạng.
Các yếu tố: điểm vào, khoảnh khắc khủng hoảng của cuộc sống; khung thời gian; nhân vật hành động; tình huống kịch tính; khóa thời gian?; sự việc kịch tính; khủng hoảng; cao trào/điểm ngoặt 1; gia tăng nguy hiểm; sự đồng cảm giữa khán giả và nhân vật.
Cần: thông tin; sắp xếp các yếu tố của câu chuyện kịch tính và chính xác.
Mối nguy: thiếu sự rõ ràng và/hoặc định hướng; thiếu sự đồng cảm với nhân vật trung tâm; không rõ ai là nhân vật trung tâm; động cơ nhân vật mơ hồ.

Hồi 2
Mục đích: phát triển câu chuyện thông qua xung đột và đối đầu; xây dựng tuyến động cơ từ mục tiêu/nhu cầu kịch tính; đưa nhân vật đến điểm không thể quay đầu trở lại; khéo léo cho nhân vật biến chuyển và thay đổi; đẩy câu chuyện đi đến cao trào của hồi; duy trì điểm nhấn.
Các yếu tố: xây dựng điểm ngoặt một mạnh mẽ và rõ ràng, sắp đặt cẩn thận; động cơ bên ngoài kịch tính; những điểm tập trung; điểm giữa phim; bộ máy kịch bản (tình thế tiến thoái lưỡng nan, vật cản, sự rối rắm, giật lùi – khóa thời gian?); trường đoạn; hành động dâng cao; hồi hộp; hệ quả; khủng hoảng chính; khoảnh khắc sự thật/điểm ngoặt 2; sự phát triển của cốt truyện phụ.
Cần: điểm nhấn; tập trung; hệ quả mạnh.
Mối nguy: một phần dài lê thê (cho cả khán giả và biên kịch); cấu trúc lộn xộn; không có sự việc/cảnh cốt yếu; tuyến cốt truyện quá rõ ràng (không có những

đoạn giật lùi, không đủ phức tạp, vv.); điểm không thể quay đầu chưa đủ mạnh; các sự việc liên kết lỏng lẻo với vấn đề trung tâm và nhân vật (thiếu tập trụng, hậu quả yếu)

Hồi 3

Mục đích: giải quyết câu chuyện; đẩy căng thẳng lên cao trào; lồng ghép với chủ đề; thống nhất câu chuyện ; sự chuyển biến và trưởng thành cuối cùng của nhân vật trung tâm; đưa câu chuyện đến một cái kết làm hài lòng khán giả.
Các yếu tố: xây dựng điểm ngoặt 2/khoảnh khắc sự thật mạnh mẽ; trả giá/trả đũa, cảnh đối đầu then chốt (nhân vật chính diện và phản diện); tăng nhịp độ.
Cần: giải quyết hết các yếu tố của câu chuyện (kể cả những yếu tố nhỏ)
Mối nguy: điểm nhấn yếu hoặc nhầm chỗ; lờ đi chuyện trả giá/trả đũa; cao trào chưa thỏa mãn hoặc bị ngắt quãng khi đang leo thang.

Cốt truyện và cốt truyện phụ

Hãy xem xét cốt truyện phụ, đặc biệt là cốt truyện phụ lớn (nó ảnh hưởng đến cốt truyện chính và nhân vật của bạn)

1) Với mỗi cốt truyện phụ, hãy hỏi: liệu nó có đáp ứng được ít nhất 1 trong 8 chức năng như đã nói ở chương 4.
2) Tám chức năng đó có giúp được tôi trong quá trình viết lại?
    - Cốt truyện phụ của hầu hết các biên kịch trẻ thường không hỗ trợ cho cốt truyện chính vì họ chưa đưa cốt truyện phụ đến gần với chủ đề.
    - Một điều cực kỳ quan trọng, khi viết lại, hầu hết các biên kịch trẻ không sẵn sàng bỏ đi một cốt truyện phụ không phục vụ cho cốt truyện chính hoặc không đảm bảo được một trong tám chức năng. “Hãy giết đi đứa con tinh thần của bạn” – đó chính là điều cơ bản của việc viết lại.
    - Hãy nắm được cực điểm mà bạn muốn đẩy nhân vật trung tâm tới. Hãy tìm ra điểm đó và tiếp tục đẩy đi xa hơn; hãy tìm ra những yếu tố kịch tính nhất và đưa vào cao trào của hồi 3.

Những đoạn cao trào

1) Hãy nhìn vào ba kết thúc của ba hồi. Cao trào phải là một khoảnh khắc chính xác, một điểm ngoặt của câu chuyện. Tuy nhiên, kịch bản của bạn là một tổ hợp các câu chuyện (cốt truyện phụ). Do đó, mỗi cao trào cần phải là một điểm ngoặt nhìn trên phạm vi rộng hơn.
2) Cao trào của cốt truyện phụ có hiệu quả, thuyết phục, tăng tiến? Hãy nhìn vào mỗi trường đoạn cao trào và xem xét lại.
3) Cái kết của trường đoạn cao trào ở Hồi 2 luôn phải là một vấn đề lớn. Nhân vật trung tâm bị đẩy ra rất xa mục tiêu chính của mình, sau đó hồi sinh ở cao trào của hồi 3. Ở giai đoạn cuối hồi 2, họ có thể bỏ cuộc (khỏanh khắc sự thật). Xem xét trường đoạn cao trào đó và chức năng của nó. Nhân vật trung tâm:
    - chối bỏ trách nhiệm phải hành động
    - từ bỏ hành trình (cân nhắc lại)

- đối mặt với khoảnh khắc sự thật

Nếu không làm được những việc trên, thì đâu là giải pháp? Bạn có thể:

- giới thiệu một nhân vật khác (thêm một cốt truyện phụ khác)
- đưa ra một cuộc đối đầu (hiện tại hoặc quá khứ)
- một bằng chứng của một bí mật bị hé lộ, ví dụ: một cuốn băng, nhật ký (trước đó phải xây dựng một dự đoán về sự tồn tại của những thứ này - một cốt truyện phụ khác)
- thể hiện một hành động cho thấy nhân vật trung tâm nghĩ gì trong đầu
- sử dụng hồi tưởng như một hành động song song và cấu trúc kịch bản của bạn thành 2 câu chuyện đang xảy ra song song; khi đó câu chuyện thứ nhất sẽ dẫn đến câu chuyện thứ hai và dẫn đến việc đối đầu.

4) Cuối cùng, hãy tự hỏi bản thân như sau:
   - Liệu đến đoạn kết, cao trào của bạn có phải được xây dựng từ những điều nhỏ nhất cho đến lớn nhất?
   - Mỗi trường đoạn cao trào thường đi như sau: chuẩn bị khả năng có một cao trào; để khán giả suy ngẫm về nó; đưa ra cao trào.
   - Cấu trúc trường đoạn cao trào được dẫn dắt bởi hai yếu tố: thông tin nào bạn chọn để giấu đi và khi nào bạn bật mí thông tin đó.
   - Sau mỗi một trường đoạn kịch tính, bạn cần một khoảng nghỉ và khoảnh khắc hoặc cảnh đó cần đi đúng với nhịp của tổng thể kịch bản.

Mở đầu và kết thúc

Việc lựa chọn mở đầu và kết thúc ở đâu và như thế nào là vô cùng quan trọng; điều đó nói cho khán giả biết trong kịch bản của mình, bạn nghĩ điều gì thực sự ý nghĩa.

Các cảnh và trường đoạn

Mở:

- Các nhân vật đã được đưa vào và dẫn dắt một cách hợp lý, hiệu quả, thú vị?
- Bối cảnh hình ảnh đẹp?
- Âm thanh và nhịp thoại có hiệu quả?
- Có hồi hộp không?
- Cốt truyện được dàn dựng không?
- Có xung đột nào không?
- Có chuyện gì xảy ra không?
- Bạn có hiểu nhân vật trung tâm không? Họ muốn gì và động cơ?
- Người viết có đưa vào góc nhìn cá nhân và ý tưởng cá nhân?
- Thế giới truyện có nhất quán? có khác biệt không?
- Bạn có muốn lật tiếp sang trang sau?

Các cảnh
Nghiên cứu kỹ mục đích mỗi cảnh
Hãy tự hỏi bản thân: Tại sao tôi cần cảnh này? Mục đích của nó là gì? Nó đóng góp được gì cho toàn bộ tuyến truyện và cao trào? Nó đóng góp như thế nào cho hành động trong truyện và động cơ nhân vật? Câu trả lời tồi tệ nhất sẽ là: "bởi vì nó nối tiếp hành động trước". Mỗi cảnh cần có chức năng của riêng nó.

Hãy tự hỏi bản thân: Mỗi một nhân vật *làm gì* trong cảnh đó - đầu cảnh và cuối cảnh? Nên nhớ rằng: đến muộn - về sớm. Cắt đoạn giới thiệu và mở đầu; với hầu hết các cảnh, bạn chỉ cần đoạn giữa.

Tập trung
Cảnh đó tập trung vào ai? Cảnh đó nói về cái gì? Mỗi nhân vật cần gì hoặc muốn điều gì xảy ra? Tại sao nhân vật không đạt được và làm sao để tôi thể hiện được điều này hay nhất trên màn hình? Tránh xa nhu cầu *của cá nhân bạn*, chỉ hướng tới nhu cầu *của họ*.

Thái độ của nhân vật trong cảnh này? Phản ứng về mặt cảm xúc của họ đối với việc phải làm và với việc xảy ra trong cảnh? Nhìn vào ý ngầm, vào cách họ nói và hành động: họ có thể đeo mặt nạ hoặc mâu thuẫn với nhau. Liệu khán giả có hiểu được ý mà *bạn* muốn diễn tả?

Nên nhớ rằng, một cảnh bao gồm: một hành động của nhân vật gặp một cản trở nào đó hoặc bị gián đoạn, đẩy căng thẳng lên cao hoặc là được giải quyết, hoặc là được nhấn mạnh; thông tin được *phát lộ* rồi sau đó *thoát ra* . Xem sơ đồ 9.1 ở chương 9.

Kết thúc cảnh
Cảnh kết thúc trong ngạc nhiên hay có thể đoán trước được? Hãy áp dụng câu nói của William Goldman "mỗi cảnh là một sự ngạc nhiên". Xác định được phần kết và xây dựng các chi tiết xung quanh nó, nhưng đừng đi theo con đường thẳng dễ nhìn.

Bản chất của cảnh
Cảnh có phụ thuộc vào thoại hoặc hành động hay cả hai? Thoại có bị bế tắc? (xem phần viết lại lần bốn)

Trường đoạn
Nên nhớ rằng cấu trúc 3 hồi là một khuôn mẫu; nghệ thuật của người viết là làm sao ngụy trang được cái cấu trúc hiển nhiên đó để khán giả không nhận ra. Đối với mỗi trường đoạn, bạn nên:

- Các nhân vật muốn gì trong mỗi trường đoạn? (không chỉ nhân vật trung tâm). Tại sao họ muốn vậy? Điều gì nằm trong đầu họ?
- Điều gì thực sự xảy ra trong mỗi trường đoạn của các câu chuyện, cốt truyện phụ thế nào, chúng bổ sung, hỗ trợ ra sao cho cốt truyện chính?

- Cảm xúc gài vào ở mỗi trường đoạn là gì? Bạn muốn khán giả liên hệ thấy điều gì trong mỗi trường đoạn?

Giải quyết xong các vấn đề trên rồi tự hỏi:

- Cấu trúc kịch tính thực sự của trường đoạn này? Các cốt truyện phụ khớp vào như thế nào và ở đâu?

Viết lại lần ba: các nhân vật

> Luôn cố gắng tìm ra sai lầm của bản thân: hãy tìm đến những điểm mà ở đó bạn làm việc một cách thuận lợi, chứ không phải là đúng đắn.
>
> *Clive Barker*
> Biên kịch, đạo diễn

Thay đổi các nhân vật

Cần phải tập trung vào 2 điểm:

- tôi có thực sự cần tất cả nhân vật của mình?
- họ có khác biệt không?

Vấn đề chung

- có quá nhiều nhân vật
- bạn tạo ra một nhân vật chỉ để kéo dài câu chuyện

Hãy tự hỏi bản thân xem bạn có thực sự cần hết những nhân vật đó không, bỏ đi các nhân vật đó hoặc cho các nhân vật khác đóng vai trò của họ. Nhìn vào độ dài và hình thức trính bày của kịch bản: hình thức đó có phải hỗ trợ cho quá nhiều nhân vật không? Khi có quá nhiều nhân vật, bạn sẽ bị mất tập trung.

Nên nhớ rằng, hầu hết các kịch bản xoay quanh ba bản lề chính (lại quy tắc con số ba): nhân vật trung tâm, nhân vật phản diện, người hỗ trợ, đôi khi có thêm một nhân vật tình ái lãng mạn (người này có thể là một trong ba người kể trên)

> Các nhân vật cần phải rõ ràng qua cách họ hành động. Hãy học cách loại bỏ.
>
> *Norma Heyman*
> Nhà sản xuất

Các nhân vật chính

Lần đầu tiên họ bước vào kịch bản, sự hiện diện của họ phải thật cô đọng - mạnh mẽ và tức thì: tạo ra ấn tượng rõ rệt. Đối với nhân vật trung tâm, nên viết 2-3 câu thông tin (tuổi, thái độ, nguồn gốc) khi đó, Người đọc kịch bản mới hình dung ra được người đó trong kịch bản. Hãy chọn từ ngữ cẩn thận. Bạn cần phải có một mạch cảm xúc xuyên suốt.

Với các nhân vật chính, hãy tự hỏi bản thân liệu nhân vật đó có đi xuyên suốt: là xương sống nối các hành động với các mục tiêu thông qua động cơ.

Vòng cung chuyển hóa

Hãy áp dụng mẫu vòng cung này cho tất cả nhân vật chính (đặc biệt là nhân vật trung tâm).

- Ai là nhân vật trung tâm, là nhân vật chính khác, là nhân vật phụ trợ? Tất cả bọn họ có phát triển và chuyển biến hết mức?
- Họ trải qua những đổi thay nào? Diễn ra ở đâu?
- Ngay từ đầu tôi đã xây dựng được các giá trị và cảm xúc bên trong thế giới câu chuyện hay chưa?
- Tại điểm khủng hoảng của kịch bản, cảm xúc có bật lên không? Giá trị của nhân vật có bị thử thách không? đặc biệt là nhân vật trung tâm?
- Đến cuối cùng, các nhân vật đã thay đổi như thế nào? Hệ thống giá trị và phản ứng cảm xúc nào bị thay đổi?

Bạn có thể sử dụng các thuộc tính đặc trưng để tạo cho nhân vật sự độc đáo:

- Thái độ (rất quan trọng): những nhân vật đặc biệt sẽ tạo ra những bất ngờ thú vị. Thái độ của nhân vật đó ảnh hưởng sang các nhân vật khác trong kịch bản như thế nào?
- Đặc điểm: cách họ nhìn, nói chuyện và di chuyển trên màn hình.
- Ngạc nhiên: tìm kiếm những hành động không thể đoán trước (không phải xuất phát từ thái độ). Tại một thời điểm nào đó trong kịch bản, hãy cho nhân vật làm điều gì đó không thể đoán được
- Sự mơ hồ: bạn có thể nghĩ ra một điều gì đó kỳ lạ xung quanh việc tại sao nhân vật lại làm điều họ đang làm trong kịch bản? Tạo ra và duy trì sự mơ hồ trên con đường câu chuyện. (Nếu một nhân vật khác không hiểu tại sao nhân vật trung tâm lại làm những việc nào đó, điều đó nói cho khán giả biết rằng đến cuối phim mọi thứ *sẽ* sáng tỏ)
- Tính độc đáo/nguyên bản: làm cho nhân vật trái ngược với mong đợi của khán giả hoặc trái với tính cách của họ; hãy cho nhân vật một thái độ khác lạ và những hành động không đoán trước được; bạn cũng có thể đưa họ vào tình trạng "cá mắc cạn"; tạo cho họ một sự mơ hồ.
- Các nhân vật phụ: Mặc dù xuất hiện ít trên hình, nhưng khán giả phải biết tất cả những gì họ cần biết về những nhân vật phụ này. Hãy làm sao để các nhân vật phụ thật thuyết phục (mà không làm hỏng sắc thái chung của phim) thông qua cách ăn mặc (liên quan đến nghề nghiệp của họ); ngoại hình, ngôn ngữ cử chỉ và cách họ nói chuyện.
- Khuôn mẫu: làm sao để tránh những khuôn mẫu cũ rích trong một nhân vật? hãy cố gắng đảm bảo rằng câu chuyện của họ có chứa những kết quả bất ngờ (các bộ phim hài thường nói về một khuôn mẫu nhân vật điển hình và một kẻ khác đối lập với nhân vật này). Chắc có vấn đề gì nếu đầu phim nhân vật của bạn là một khuôn mẫu quen thuộc (sớm tạo được sự đồng cảm với khán giả là một lợi thế); nhưng nếu về sau cứ tiếp tục như thế, sẽ gây ra sự nhàm chán. Hãy nghĩ ra một điều gì đó thật bất ngờ với mẫu nhân vật quen thuộc đó - đủ để níu giữ khán giả ngồi xem tiếp.

Viết lại lần 4: thoại

Thoại xuất hiện khi tôi biết nhân vật của mình muốn nói gì. Tôi hình dung ra cảnh đó – và lời thoại sẽ đi ra như thế nào. Sau đó tôi viết lại, rồi cắt đi. Sau đó tôi trau chuốt lại cho đến khi thấy rằng cảnh đó đúng chân thực và chính xác nhất có thể.

Paddy Chayefsky

Đây là công đoạn viết lại rất khó khăn. Các nhà biên kịch không thích cắt những đoạn mà họ đã viết ra.Tuy nhiên những câu thoại hay nhất là những câu thoại viết lại được cắt xén, cô đọng và tập trung lại.

‘Thoại chết cứng’

Những vấn đề quen thuộc mà bạn dễ gặp phải:

- “Tắc tịt”: hai bên trao đổi những câu thoại kiểu như “Em bị ốm à?” – “Không”. Kiểu nói chuyện như vậy sẽ không đẩy cuộc đối thoại đi xa hơn, nó bị “tắc tịt” lại ở đó. Hãy thử với cách như sau: “Em bị ốm à?” “Mmm, em thấy buồn nôn”. Sau đó hai bên có thể tiếp tục thoại.
- Thoại có thể rơi vào tình trạng lan man, không đi đến đâu cả hoặc nói quá nhiều (đặc biệt là trong những cảnh dài 5-6 trang) hoặc đề cập đến một vấn đề gì đó bên ngoài cảnh. Hãy cho nhân vật nói điều cần nói, phải liên quan đến những gì đang diễn ra trong cảnh đó, tại địa điểm đó.
- Cảnh có thể quá bình lặng; thoại sẽ vào cuộc, những kết quả đôi khi lại vô vị; không có gì nổi bật, cảnh đó chết ngay trên trang giấy. Hãy thử thay đổi thể loại: đưa cảnh đó sang một phong cách khác. Một bộ phim bi lụy? Viết lại theo lối hài hước. Một cảnh chỉ có thoại? Hãy sử dụng hình ảnh hài hước. Hãy thử xem! Tìm đủ mọi cách để đưa cảnh đó vào đời sống thực. Dùng tất cả những mánh mà bạn cần làm, bất cứ điều gì phù hợp nhất để đưa cảnh đó vào đời thực.
- Hầu hêt những bài diễn văn dài trong các kịch bản thường được xây dựng quanh 2 công thức quen thuộc: nguyên tắc con số ba và đối lập. Bạn có làm như vậy trong kịch bản của mình không?
- Trong khi viết lại cảnh và thoại, có rất nhiều phương pháp bạn có thể sử dụng để cảnh đó thực như chính cuộc sống này. Một là thay đổi sự tập trung và/hoặc thái độ của một hoặc hai nhân vật. Cách khác đó là tự hỏi bản thân: liệu mình có thể chỉ sử dụng hình ảnh mà không cần thoại?

Đừng nghĩ rằng trong một cảnh buộc phải có “nhân vật nói chuyện”, hãy nghĩ xem “làm sao để mình có thể chuyển cảnh đó lên hình mà *không cần* có thoại?” Hãy suy nghĩ bằng hình ảnh và hạn chế lời thoại.

Ý ngầm

Hãy xem xét kỹ các cảnh, lời thoại và hành động dưới góc nhìn mới khi viết lại. Liệu có ý ngầm trong đó không? Liệu nó đã hòan thành nhiệm vụ của mình như đã trình bày trong Chương 9? Nếu câu trả lời là chưa, bạn hãy thay đổi lại hoặc thoại, hoặc hành động, hoặc ý ngầm.

Viết lại lần năm: Phong cách

Nhịp độ

Nhịp độ của tổng thể, trường đoạn (độ dài) và các cảnh. Trước tiên hãy xác định cảm giác chung của toàn kịch bản - điều này sẽ quyết định nhịp độ của các trường đoạn.
Sau đó xác định nhịp độ kịch tính bên trong mỗi cảnh. Luôn luôn tìm cách thể hiện những gì bạn có một cách kịch tính nhất có thể. Nếu bạn có nguy cơ rơi vào tình trạng khán giả mất hứng thú, lập tức phải quăng vào một điều gì đó để níu chân họ lại ở cảnh sau. Làm sao để xác định được nhịp độ kịch tính?

Cách sử dụng tông

- độ kịch tính của hành động: bạn để khoảnh khắc đó ở độ dài phù hợp chưa? (cảnh yêu đương, săn đuổi, cao trào,vv.)
- độ dài của các cảnh và trường đoạn: tất cả các cảnh dài đều xảy ra tại cùng một điểm trong kịch bản của bạn, làm chậm nhịp độ?
- tính cách nhân vật: các nhân vật có như nhau trong kịch bản của bạn?
- dàn cảnh: hãy nhìn vào bối cảnh, địa điểm, thời tiết, phục trang, ngày-đêm – chúng có là một tổng thể thống nhất và góp phần vào khoảnh khắc căng thẳng kịch tính?
- thoại: có nhất quán phù hợp với mạch truyện và thể loại?
- hình ảnh: hình ảnh biểu tượng cho điều gì và nói cho khán giả biết điều gì; hãy nhìn vào ý nghĩa của địa điểm và miền đất nơi diễn ra câu chuyện (ví dụ trong các bộ phim của Merchant Ivory)
- nhạc phim (bao gồm cả lời thuyết minh) – nó có góp phần tác động đến tâm trạng? Đừng nêu ra cụ thể chính xác bản nhạc nào bạn muốn, chỉ gợi ý thôi, ví dụ “một ca khúc pop ngọt ngào gợi ra tâm trạng…”, miêu tả lại không khí, không nêu ra ngôn ngữ âm nhạc cụ thể

Chuyển cảnh

Mỗi cảnh đều phải kết thúc và dẫn dắt sang cảnh tiếp theo. Hãy áp dụng nguyên tắc tương đồng hoặc đối lập đối với những cảnh liền kề (chương 10)
Hãy quyết định xem dòng cuối cùng trong cảnh của bạn là gì: mô tả hình ảnh hay một câu thoại? Động hay tĩnh? Liệu cảnh chuyển là một sự nối tiếp, cắt đột ngột hay đè chồng? Nếu kết là một câu thoại, cú máy tiếp sau có phải là một hành động (gương mặt) phản ứng?
Mở đầu ở cảnh tiếp theo: hình ảnh luôn là điều người ta chú ý đầu tiên khi bước vào cảnh mới - sự lựa chọn của bạn rất quan trọng. Hình ảnh đầu tiên có liên quan thế nào với hình ảnh cuối cùng của cảnh trước đó? Nó thiết lập nên điều gì trong cảnh mới này? Công thức quen thuộc thường là: Nếu bạn kết thúc bằng hình ảnh động, cảnh sau sẽ mở đầu bằng hình ảnh động, kết thúc bằng hình ảnh tĩnh, cảnh sau mở đầu bằng hình ảnh tĩnh.

Nếu bạn có một cú chuyển cảnh lớn (không gian và/hoặc thời gian), hãy thử:

- chèn vào một cảnh cầu nối làm cơ sở để thiết lập cảnh sau

- sử dụng MỜ CHỒNG (DISSOLVE TO): cho cảnh tiếp sau thay vì CẮT (CUT TO)
- Sử dụng TỐI DẦN (FADE INTO BLACK) sau đó SÁNG DẦN (FADE UP): vào cảnh sau.

Nếu bạn có một cảnh hoặc trường đoạn do thoại dẫn dắt và muốn có một cú nhảy lớn sang cảnh sau. hãy thử đè chồng lời thoại từ cảnh trước sang cảnh sau, ví dụ:
JOHN (v.o) (John nói lời thuyết minh)

Quan trọng là khán giả không bị sốc hoặc hẫng khi cảnh bị chuyển đổi quá đột ngột.

Những đoạn nghỉ
Đừng quên những đoạn nghỉ xuất hiện sau những sự việc hoặc khoảnh khắc cao trào – khán giả cần được hít thở nhẹ nhàng sau những đoạn khiến họ phải nín thở.
Đối với những cảnh hít thở nhẹ nhàng, công thức thường là: sau các cảnh cao trào chỉ có một cảnh nhẹ nhàng (trừ khi mục đích chung của kịch bản hoặc của cảnh là nhẹ nhàng)
Khi nghĩ đến những đoạn nghỉ nhẹ nhàng trong nhịp độ, hãy tìm đến sự đối lập và tận dụng nó.

Cảm xúc trên trang viết
Cảm xúc chính là cốt lõi của tính chân thực trong câu chuyện, rất khó để bàn luận xem cảm xúc thể hiện thế nào trên trang viết: người ta chỉ có thể xem, đọc kịch bản và trải nghiệm để thấy được rằng cảm xúc dần dần xuất hiện trên màn hình và trên trang viết.
Điều quan trọng khi viết lại đó là: bạn phải biết được chính xác thứ cảm xúc mà bạn đang hướng tới – trong mỗi cảnh, mỗi trường đoạn và trong tổng thể kịch bản. Đặt nhầm mức độ cảm xúc trong một cảnh hoặc một đoạn cao trào sẽ làm kịch bản bị lạc lối tập trung. Hãy nhìn vào thứ cảm xúc sau đoạn cao trào, tạm nghỉ một chút, hãy để cho cảm xúc ngấm dần vào khán giả - đó là điều cực kỳ quan trọng khi viết.

Dù rằng mỗi nhân vật của bạn sẽ nói với giọng điệu khác nhau, mức độ cảm xúc của cảnh phải như nhau đối với tất cả, chỉ một nhân vật (nhân vật trung tâm) bước vượt qua khỏi cấp độ cảm xúc đó và bạn tập trung vào đó. Để phát hiện ra cấp độ cảm xúc khác biệt của nhân vật này, hãy tự hỏi bản thân: họ hòa nhập với thế giới như thế nào, các họ thể hiện cảm xúc của chính mình? Giữ nguyên cách thể hiện ngôn ngữ nhất quán cùng với cấp độ cảm xúc riêng của nhân vật này, khi đó bạn sẽ có được sức mạnh cảm xúc trong khoảnh khắc đó.
Trong kịch bản của mình, nếu những mối quan hệ mạnh mẽ được thiết lập, cao trào cảm xúc mạnh mẽ có thể được thể hiện qua cái nhìn và phản ứng chứ không hẳn là những câu thoại dạt dào cảm xúc (đặc biệt ở đoạn kết). Những nhân vật chân thực + những khát khao chân thực + những tình huống chân thực + những mối quan hệ chân thức tạo ra cảm xúc chân thực.

Sự đồng cảm của khán giả
Nguyên tắc cơ bản đó là những ngôn từ bạn sử dụng trên trang viết phải phán ảnh đúng thứ cảm xúc bạn muốn diễn đạt trên màn hình, bắt đúng mạch cảm xúc của khán giả. Một kịch bản hài? Hãy mô tả hành động, theo cách hài hước. Một cảnh căng thẳng? Hãy mô tả thật gay cấn, vv.

Nên nhớ rằng: đừng viết ra những gì không xuất hiện trên màn hình.

Viết lại lần sáu: trau chuốt
Đến giai đoạn này, bạn biết rằng kịch bản của bạn đang làm tốt. Quá trình viết lại lần này, bạn đi qua từng dòng với một chiếc lược mau, xem xét kỹ từng chữ trong lời thoại, mô tả hoặc hành động và tự hỏi: "đây có phải từ hoặc cử chỉ hay nhất mà mình nên dùng?"

Chẳng có công thức chính xác nào về số lần viết lại một kịch bản, bạn có thể viết lại rất rất nhiều lần cho đến khi thấy vừa lòng (ở Mỹ, người ta viết lại đến 9 lần, thậm chí hơn, trước khi gửi đi). Điều quan trọng là với mỗi lần viết lại, bạn nhắm vào những điều cụ thể; và sau mỗi lần viết lại, kịch bản trở nên dễ đọc hơn, mượt mà hơn và thú vị hơn. Hãy làm quen với việc viết lại, đó là cơ sở của quá trình sản xuất.

> Càng nhiều tuổi, tôi càng bán được nhiều kịch bản, và tôi càng nhận thấy rằng luôn có một điều gì đó đáng phê bình. Bạn sẽ không ngừng cải thiện kịch bản của mình.
>
> *Ian La*
>
> *Frenais*
>
> Biên kịch/nhà sản xuất: *The Commitments, Still Crazy The Likely Lads, Auf Wiedersehen Pet*

> Trong bản gốc ban đầu của *American Beauty*, câu chuyện còn tiếp diễn sau đoạn kết của bản phim chính thức. Chúng tôi quay cảnh vợ của Lester cười Buddy, cô con gái bị bỏ tù và cậu bạn trai ở trong một xà lim khác. Tôi đang ở trong phòng dựng và Alan Ball bước vào (biên kịch) nói "Tôi nghĩ chúng ta cắt hơi quá tay" và tôi nói "Thực ra thì tôi chưa nghĩ là mình đã cắt đủ"
>
> *Sam Mendes*
>
> Đạo diễn

Khi đã đi đến đây, bạn nên tự tin vào kịch bản của mình. Bạn có thể nâng niu nó như viên pha lê trong lòng bàn tay, ngắm nghía các góc cạnh và nói rằng "hay lắm!". Bạn cũng có thể có cảm giác "hậu sản" mệt mỏi chốc lát (viết một kịch bản cũng giống như sinh một đứa con). Đừng vội mừng, bạn vẫn chưa xong việc đâu…

14
Sản phẩm hoàn thiện

Trong chương này các bạn sẽ học:

- **Quá trình nhận phản hồi (feedback) (một bước khó khăn)**
- **Cách chọn một tựa đề thật hay và biết cách trình bày kịch bản chính xác**

Nhận phản hồi

Bây giờ bạn cần nhận được phản hồi. Hãy nhờ nhiều người xung quanh đọc kịch bản của mình. Đừng nhờ mẹ hoặc một người thân thuộc của bạn (họ sẽ không khách quan), nhờ một ai đó mà bạn thấy hâm mộ khả năng viết lách của họ; một thành viên trong nhóm viết của bạn (nếu bạn nằm trong nhóm nào đó) hoặc một ai đó có thể không thích bạn lắm. Nếu người đó thích kịch bản của bạn, nghĩa là kịch bản của bạn được làm khá tốt – và chắc lên phim cũng sẽ hay. Hãy yêu cầu họ ghi lại những lời phê bình có tính xây dựng. Khi xong việc, hãy đọc những ghi chú của họ, lắng nghe những lời nhận xét và nếu bạn thấy rằng chúng có ích, hãy viết lại kịch bản lần nữa kết hợp với những gợi ý của họ.

Hãy cố gắng ghi âm với các diễn viên (tiếp cận những nhóm diễn viên nghiệp dư quanh bạn): cho họ ngồi xung quanh một chiếc bàn và bật máy ghi âm. Đưa cho họ kịch bản và ghi âm lời họ đọc kịch bản của bạn – ghi trực tiếp ngay lần đầu (không diễn tập) – và đừng chỉ đạo họ. Cuối cùng, phỏng vấn họ, đừng hỏi những câu kiểu như "bạn có thích kịch bản không?", hãy hỏi những câu có trong danh sách câu hỏi của Chương 13. Nếu họ thấy không rõ ràng lắm, hãy hỏi xem họ có thể chuẩn bị thế nào để cải thiện cảnh hoặc tình huống đó. Hãy ghi âm và ghi chú lại.

Tạm nghỉ một thời gian: ngày hôm sau hoặc tuần sau, bật lại đoạn ghi âm đó. Có phải những âm thanh đó chính là điều bạn muốn truyền đạt qua hình ảnh? Bạn có đang tạo ra kịch tính trong tâm trí khán giả, bộ phim có nằm trong tâm trí người đọc kịch bản không? Lời thoại nghe có vẻ lạ lẫm và quá mới mẻ không, như thể nhân vật lần đầu thốt ra những câu như thế? Thoại giống như những lời được nói ra hay được đọc ra? Có trôi chảy không? Có tự nhiên không? Xem lại ghi chú, viết lại kịch bản nếu thấy cần thiết.

Cuối cùng bạn sẽ đi đến một cảm giác rằng nếu tiếp tục viết lại bạn sẽ ngày càng đi xa khỏi ý tưởng kịch bản gốc ban đầu. Hãy dừng lại. Quyết định đặt tựa đề cuối cùng cho phim.

Tựa đề

> Hãy nghĩ đến một tựa đề thật hay: một cái gì đó thật nổi bật, khiến khán giả khó quên.
>
> *Julian Krainin*
>
> Hãng sản xuất Krainin

Đọc lại phần tựa đề của Chương 4. Nếu bạn hài lòng với tựa đề ban đầu vì nó có thể truyền tải ý chính của kịch bản, hãy giữ nguyên tựa đề đó. Nếu không, hãy động não nghĩ đến các phương án khác ấn tượng hơn. Mẹo: khi đưa kịch bản cho người khác xem và nhận xét, đừng đưa ra tựa đề; hỏi xem họ có gợi ý tựa đề gì sau khi đọc xong. Nếu hình ảnh bạn có trong đầu được diễn giải ra trên giấy và được truyền vào trong khán giả, có thể họ sẽ nghĩ ra một tựa đề hay, thậm chí hay hơn của bạn.

Giờ hãy in nó ra: bạn có thể chính thức gọi nó là Bản thảo đầu tiên.

Giới thiệu
Đây là cái nhìn toàn cảnh đối với kịch bản của bạn khi nó được đặt trên bàn của Người đọc thẩm định hoặc nhà sản xuất. Công việc của bạn là biến kịch bản trở nên chuyên nghiệp: đánh máy chuẩn, không có lỗi chính tả, đóng bìa và căn chỉnh hợp lý. Hãy giả sử rằng người nhận kịch bản đang có một ngày không vui và họ sẽ tìm ra lỗi nhỏ nhất để từ chối kịch bản này. Người đọc thẩm định phải đọc hơn 50 kịch bản một tuần, họ sẵn sàng gạt bỏ không thương tiếc những kịch bản không đúng quy chuẩn. Đừng cho họ có cớ để làm việc đó. Bản giới thiệu rất quan trọng, sau đây là những quy tắc khắt khe bạn cần tuân theo:
Đóng bìa: Trang bìa (mặt trước và sau) nên là bìa mỏng, không có màu loè loẹt (nên bảo thủ một chút), không hình ảnh hay hình vẽ gì. Hai hoặc ba đinh ghim xuyên qua lỗ ở lề bên trái của kịch bản. Một vài kịch bản dùng cách đóng gáy xoắn và bìa là miếng plastic trong (được chấp nhận ở Anh, những không phổ biến ở Mỹ)

Trang tựa đề
Đánh máy trang đầu tiên. Nhìn mẫu ở trang sau. Bạn thấy sao? Nó rất đơn giản, gọn gàng và không có những thông tin thừa. Không có năm đăng ký bản quyền, hình vẽ, danh sách diễn viên, danh sách bối cảnh – đó không phải việc của bạn. Trang tựa đề chỉ cần có tựa đề, tên tác giả và một vài thông tin liên lạc, số điện thoại (của bạn hoặc của người đại diện nếu có) ở góc dưới – bên trái hoặc phải. Không thêm gì hơn. Không nhất thiết phải thêm những cụm như “kịch bản gốc của…” ở dưới tựa đề. Nếu nó được dựa trên một câu chuyện có thực hoặc là một kịch bản chuyển thể, bạn ghi như sau:

<u>Black Beauty</u>
Tác giả: Caroline Thompson
Chuyển thể từ tiểu thuyết cùng tên của nhà văn Anna Sewell

Đừng bao giờ đưa câu đề từ vào trang tựa đề. Nếu bạn muốn đưa vào, hãy đưa vào một trang riêng ở ngay sau trang tựa đề, trước trang đầu tiên của kịch bản. Một tựa đề hay, tên tác giả và thông tin liên hệ là tất cả những gì bạn cần thể hiện trên trang này.

Độ dài của kịch bản

Nên nhớ rằng, đây là lần đầu bạn viết kịch bản; kịch bản của bạn phải có độ dài chuẩn. Đối với các phim điện ảnh, đặc biệt là ở Hollywood, điều đó có nghĩa là kịch bản dài 120 trang. Có người nói hiện giờ người ta thích một kịch bản cỡ khoảng 105-115 trang. Kịch bản phim hài và kinh dị thường không quá 95 trang. Một kịch bản 90 trang rõ ràng sẽ được đọc nhanh hơn và được đọc trước kịch bản 120 trang.

Đối với phim truyền hình, điều này còn quan trọng hơn: cần biết độ dài của trang (1 trang thể hiện bao lâu trên màn hình) đối với đúng thể loại bạn đang viết cho (truyền hình thương mại và phi thương mại). Đừng quên đoạn nghỉ quảng cáo nếu bạn viết cho truyền hình thương mại - đừng bao giờ gửi kịch bản có những đoạn nghỉ cho các công ty truyền hình phi thương mại (ví dụ: BBC). Nên nhớ rằng, các kịch bản truyền hình thương mại thường ngắn hơn (thích ứng với các đoạn quảng cáo), do đó một kịch bản drama 60 phút thực ra chỉ khoảng 47-52 phút.

SIDEWALKS OF NEW YORK

Tác giả:
Edward Burns



Hình 14.2: Trang tựa đề

Thư tự giới thiệu

Mọi thứ bạn viết ra - đặc biệt là thư tự giới thiệu và trang tựa đề - sẽ là cơ sở phần nào để họ đánh giá bạn với tư cách một nhà biên kịch. Hãy tỏ ra chuyên nghiệp, viết ngắn gọn và đi thẳng vào vấn đề - không viết những câu như “Tôi viết kịch bản này đặc biệt dành cho…”, “Đây chắc chắn sẽ là một phim bom tấn”, “Đây chính là một bộ phim kiểu *American Beauty* của riêng tôi” hoặc “Lý do tôi viết kịch bản này là…”; nói ít nghĩa là gợi nhiều. Kịch bản của bạn sẽ tự tiếp thị cho nó. Trong ngành này, gần đây gia tăng xu hướng: đừng gửi một kịch bản trọn vẹn trừ khi người nhận (đại diện, nhà sản xuất hoặc ai đó) yêu cầu đặc biệt. Thứ bạn cần gửi là bức thư tự giới thiệu. Bức thư gồm 3 nội dung chủ yếu sau:

- một hoặc hai câu ngắn gọn giới thiệu bản thân; bạn vừa viết một kịch bản (phim điện ảnh/truyền hình/sitcom); tựa đề và thể loại của nó nằm ở câu one-liner (chương 4)
- Pitch: chỉ đưa ra 3-5 dòng (Hãy nhớ đến khái niệm chuyện – Chương 4: Câu chuyện nói về…. người muốn …. Và kết thúc….) Hãy đảm bảo rằng cái kết sẽ làm họ hứng thú và khiến họ muốn xem toàn bộ kịch bản.
- Lí do bạn gửi họ bức thư này (tới một người đại diện – tôi đang tìm kiếm một người đại diện; tới một nhà sản xuất - liệu đây có phải một dự án ngài thấy hứng thú?)

Nếu bạn muốn đưa vào một *đoạn* ngắn nói lên mục đích và tham vọng sự nghiệp của một người viết, điều này cũng chấp nhận được. Sự tồn tại của bạn chỉ được chú ý khi Người đọc kịch bản hoặc nhà sản xuất nói: "Cái này hay đấy. Ai viết thế?"

Khi gửi kịch bản đi, hãy dùng phong bì cứng (phong bì mềm dễ bị rách trong quá trình vận chuyện và kịch bản của bạn sẽ tả tơi khi nằm trên bàn ai đó), kèm theo một bì thư (mỏng cũng được) có dán sẵn tem và địa chỉ và sau đó tiếp tục với kịch bản khác. Đừng quên ghi thông tin liên lạc chi tiết của bản thân.

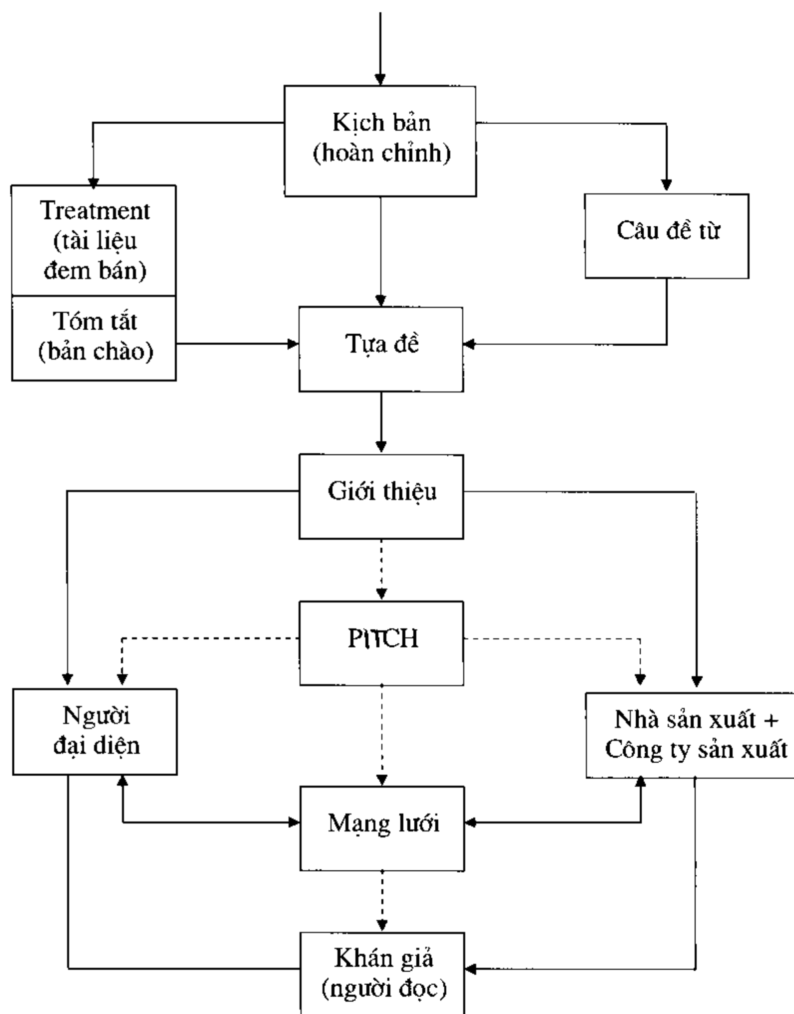
Tại sao phải cầu kỳ như vậy? Vì đó là cách thể hiện tính chuyên nghiệp và cách để tiếp thị bản thân và kịch bản của mình.

> Mấu chốt ở chỗ là đưa kịch bản của bạn đến tay nhiều người nhất có thể và không bị từ chối. Hãy nhẫn nhịn và chịu khó gửi tài liệu của bạn cho đến khi có người cảm nhận được khả năng của bạn và thích kịch bản của bạn.
>
> *Lew Hunter*
> Giáo sư lớp biên kịch, UCLA;
> Biên kịch: *Desperate Lives, Fallen Angel*

15
Lập hồ sơ
Trong chương này bạn sẽ học:
Cách lắp đạn vào súng: những câu đề từ, một trang tóm tắt, và treatment mới - mọi thứ bạn cần có để đẩy kịch bản của mình vào ngành công nghiệp này

> Khi hoàn thành xong 1 kịch bản, bạn hãy tạm dừng là một nhà biên kịch mà hãy trở thành một nhà kinh doanh; khi đó bạn đã bước vào một loạt những chiêu thức để tiếp thị và bán sản phẩm của mình – và chính bản thân mình nữa.
>
> *Emma Darrell*
> Người đại diện

Trước khi đọc tiếp, hãy nhìn vào bảng sau; đó là những thông tin tóm lược cho 6 chương sau:



Hình 15.1: Quá trình bán sản phẩm (tiếp theo của sơ đồ Chương 3)

Khi đã hoàn thành kịch bản đầu tiên, lẽ dĩ nhiên bạn muốn gửi kịch bản cho mọi người, đặc biệt là những người đại diện và nhà sản xuất. Hãy cứ làm thế nếu bạn muốn, nhưng lời khuyên của tôi là, đừng vội gửi đi bất cứ kịch bản nào cho đến khi bạn có ít nhất 2 kịch bản mình thấy hoàn toàn ưng ý và một kịch bản thứ 3 sắp hoàn tất. Chúng sẽ thể hiện chiều sâu và sự phong phú trong cách viết và chủ đề của bạn. Hãy làm theo Shakespeare: hãy thử viết một vở bi kịch, một hài kịch và một vở lịch sử.

> Thật sai lầm khi nghĩ rằng thứ bạn viết ra và gửi cho mọi người sẽ được chấp nhận đúng như nó vốn có. Các công ty sản xuất và những người phát sóng thường xem những kịch bản đầu tay là tấm danh thiếp của các nhà biên kịch
>
> *Charles Elton*

Nhà sản xuất: *The Railway Children*

Dancing Queen, A Masculine Ending

Khi bạn sẵn sàng bắt đầu gửi đi các kịch bản của mình, bạn cần 4 điều sau:

- Kịch bản "danh thiếp": kịch bản sẽ làm họ chú ý và hỏi bạn "có còn kịch bản nào nữa không?"
- Một hoặc hai kịch bản khác được thông qua: các nhà đại diện và sản xuất giỏi luôn đi tìm những người có tiềm năng để phát triển mối quan hệ nghề nghiệp lâu dài (Chương 19), hãy chứng minh rằng tấm danh thiếp của bạn không phải là thứ chỉ để ngó một lần.
- Mặt dày: bạn sẽ bị từ chối - rất nhiều lần. Hãy quen với việc đó đi. Từ chối những lời từ chối. Nên nhớ rằng, họ từ chối mớ giấy thôi, chứ không phải bạn.
- Kiên định - cần rất nhiều.

(Kiên định và từ chối sẽ được đề cập nhiều hơn ở Chương 20)

> Có hai loại đấu tranh vật lộn: vật lộn để viết ra một kịch bản hay và vật lộn để kịch bản đó được đọc. Bạn phải chiến đấu với cả hai với một ý chí kiên định trước sau như một.
>
> *Christopher McQuarrie*
>
> Biên kịch: *The Usual Suspects,*
>
> *The Way Of The Gun*

Mẹo: Nếu sáng ra bạn nhận được kịch bản bị gửi về, hãy đảm bảo rằng kịch bản đó sẽ được gửi tới một người khác vào buổi chiều – nhưng nên nhớ rằng kịch bản đó vẫn trong tình trạng tươm tất: không quăn mép, không có vết tròn đáy cốc café, không có ghi chú vết bút chì bên lề.

Trước khi gửi đi, hãy gọi điện cho những người đại diện và hỏi xem liệu họ có nhận những kịch bản đánh máy gửi đến không và hỏi các nhà sản xuất xem liệu họ có đang cần tìm dự án nào và nếu có, họ cần thể loại gì (bạn cần có sẵn một ý tưởng cụ thể).

Khi gửi kịch bản đi (đừng bao giờ gửi bản gốc, luôn là bản copy) và kèm theo:

- một bức thư giới thiệu ngắn
- một sơ yếu lý lịch phù hợp
- một phong bì có dán sẵn tem và ghi địa chỉ, đủ lớn để người ta cho kịch bản của bạn vào và gửi trả lại.

Đừng bận tâm với cảm giác bất an; các nhà biên kịch đều có chung cảm giác đó – đó là một lẽ đương nhiên mà bạn phải chấp nhận.

Câu đề từ

Hãy nghĩ ra một câu đề từ mới cho dự án của bạn dựa trên những gì bạn nắm được về kịch bản. Nếu thấy câu đó hay, bạn hãy đưa nó vào bản pitch (bản giới thiệu kịch bản) hoặc cho nó vào một phần trong bản chào hàng, hoặc đưa vào một trang riêng ở sau trang tựa đề. Khi chào mời kịch bản, người ta có thể hỏi bạn "câu đề từ là gì?" – hãy chuẩn bị sẵn.

Nên nhớ rằng, một câu đề từ có một chức năng chính: khiến người ta muốn xem phim. Ở một mức độ cơ bản nào đó, câu này sẽ kích thích phản ứng của khán giả.

Một trang tóm tắt (bản chào hàng)

Thời gian của những người làm ngành truyền thông rất có hạn. Họ luôn bị tấn công dồn dập bởi vô số ý tưởng mới – nhà sản xuất bị tấn công bởi các biên kịch và người đại diện, nhà đầu tư bị tấn công bởi nhà sản xuất. Do đó nên quen với việc xin phép gửi đi một bản tóm tắt (1 trang tóm tắt hoặc bản chào hàng)

Chính tài liệu một trang này mở đầu cho thứ hàng sẽ được mua - một kịch bản thu hút khán giả bằng ý tưởng sáng tạo của bạn, khiến người ta muốn xem treatment hoặc thậm chí là bản thảo đầu tiên. Bản chào hàng cần chứa những nội dung chính của câu chuyện đủ hấp dẫn để thu hút họ. Bản chào hàng này không nên bị nhầm lẫn với bản tóm tắt một trang của nhà biên kịch.

Điều quan trọng ở bản chào hàng này là:

- nó chỉ nằm trong một mặt của khổ giấy A4
- càng ít chữ và có nhiều khoảng trống càng tốt

Một bản chào hàng chỉ có một mục đích duy nhất: tạo ra sự hứng thú với câu chuyện – nhưng để làm được điều này, không nhất thiết phải kể toàn bộ câu chuyện.

Trong 1 trang bản chào hàng cần phải:

- kể được ý chính của câu chuyện: để người đọc tưởng tượng ra dự án; nơi bạn bắt đầu, chuyến đi này là gì, bối cảnh, địa điểm, tâm trạng, thời kỳ, thể loại; nếu cần thiết, hãy chỉ ra diễn viên nào phù hợp để đóng vai chính
- hãy nói cho họ biết họ sẽ xem thứ gì và đối tượng khán giả sẽ là ai
- hãy nói với họ (đối với phim truyền hình) nó khớp với lịch chiếu ở chỗ nào

- luôn chứa những thắc mắc: liệu Billy Elliot có đạt được ước mơ của mình? liệu Tom Ripley có thoát khỏi được tội ác của hắn?" Cuối cùng liệu Annakin Skywalker và công chúa Amadalla có đến được với nhau?
- Hãy nói cho người đọc biết liệu có yếu tố nào (diễn viên, đạo diễn, sản xuất điều hành,vv.) có "liên quan" nghĩa là hứng thú với dự án này.

Cách để kiểm tra xem bản chào hàng có tốt hay chưa:

1. Liệu nhà sản xuất/đại diện có dễ dàng đem quảng bá nó với người khác? (một lần nữa, hãy nhớ đếu câu one-liner và khái niệm chuyện)
2. Từ lần đọc thoáng qua đầu tiên, liệu bất kỳ ai - kể cả người ngốc – có thể lập tức hiểu ngay được câu chuyện nói về cái gì? (không cần giải thích kỹ)
3. Liệu nó có đem đến cho người đọc/nhà sản xuất một hình ảnh chính xác về câu chuyện?

Một ví dụ điển hình cho một bản chào hàng tốt là bản của phim *Strictly Ballroom*. Lưu ý cách sử dụng những câu mô tả ngắn, ngôn ngữ hình ảnh, động từ cụ thể, dễ dàng đem đến cảm giác hứng thú với dự án này. Cũng nên lưu ý rằng nó tóm tắt bộ phim chỉ trong một trang với rất nhiều khoảng cách giữa các đoạn (nhiều khoảng trống).

Bạn có thể thấy những trang web sau rất có ích:
www.screenscript.com hoặc www.imdb.com hoặc lướt qua rất nhiều trang ở chương 22

Hãy viết bản chào hàng của mình

BẢN CHÀO
Mượn ý tưởng từ các phim khiêu vũ cổ điển của Hollywood trong những năm 40, STRICTLY BALLROOM là một bộ phim hài lãng mạn theo phong cách của PRETTY WOMAN và DIRTY DANCING

Đặt trong bối cảnh của thế giới khiêu vũ sang trọng, đây là câu chuyện về một cậu thanh niên dám chống lại tất cả.

Khi nhà vô địch khiêu vũ 21 tuổi, Scott Hastings thừa nhận những bước nhảy của anh ta phạm luật và không chịu khuất phục bởi Liên đoàn khiêu vũ quyền lực, ngay lập tức anh ta bị cấm thi đấu. Người bạn nhảy, Liz cũng đá anh ta, hi vọng chiến thắng trong cuộc thi nhảy mới Pan Pacific Grand Pix bị chôn vùi

Tình hình có vẻ sáng sủa hơn khi Fran xuất hiện; một "con vịt xấu xí" trên sàn nhảy. Cô gái rất quyết tâm và thuyết phục Scott cho cô một cơ hội, một đôi nhảy mới ra đời.

Màn trình diễn đầu tiên của Scott và Fran đã gây bất ngờ thú vị đối với đám đông giới khiêu vũ. Liên đoàn phải chặn họ lại bằng mọi giá.

Gót chân Asin của Scott là cha anh ta, Doug. Đêm trước khi cuộc thi Pan Pacifics, chủ tịch liên đoàn Barry Fife đã tiết lộ một bí mật khủng khiếp về quá khứ của Doug. Scott bị mắc bẫy. Để cứu cha mình, anh ta phải quay lưng lại với Fran.

Vào ngày thi Pan-Pacifics, vài phút trước khi Scott và bạn nhảy cũ ra sàn, sự thật được tiết lộ - Barry Fife đã nói dối; Scott được tự do đi theo đam mê của mình…

Scott và Fran bùng nổ trên sàn; đám đông ủng hộ mạnh mẽ chưa từng thấy, nhưng Barry Fife không cho phép điều đó xảy ra - nhạc bị tắt.

12 ngàn khán giả đã vỗ tay. Scott và Fran nhảy theo nhịp điệu của riêng họ; Liên đoàn bị giải tán và sàn nhảy ngập tràn trong hò reo.

Treatment – tài liệu để bán

> Một bản treatment có lẽ không đủ để bộ phim được thực hiện, nhưng nếu nó hay và hấp dẫn, ít nhất bạn cũng có cơ hội được phỏng vấn với người có quyền lực.
>
> *Allon Reich*
> DNA Films

Chúng ta coi treatment là một phương tiện để tập trung các ý tưởng của câu chuyện (Chương 11). Hãy đọc lại phần đó; mọi thứ nói về treatment trong Chương 11 vẫn đúng ở đây.

Hiện nay, treatment được coi như một tài liệu đem bán, được các nhà biên kịch gửi tới các nhà sản xuất (hoặc nhà sản xuất gửi đến người đầu tư) để họ quyết định xem liệu có nên bắt tay vào dự án này, và bạn là người viết kịch bản (hoặc xem bản thảo hoàn chỉnh – ngày càng có nhiều nhà sản xuất muốn xem các bản thảo kịch bản hoàn chỉnh trước khi bắt tay vào dự án).

Với những bản treatment, quy tắc vẫn giữ nguyên: cách dòng đơn, đánh máy trên một mặt của trang A4, động từ ở thời hiện tại, đoạn văn ngắn, cô đọng, giàu hình ảnh, dẫn dắt bởi các sự kiện, phác thảo ra nhân vật chính và truyền đạt được ý chính của bộ phim. Là một tài liệu đem bán, không nên để treatment dài quá 12-15 trang đối với kịch bản phim điện ảnh và quá 8-10 trang đối với kịch bản phim truyền hình dài 1 giờ. Gây ấn tượng ngay từ hai khổ đầu tiên rất quan trọng, vì đây là bài giới thiệu của bạn (được in rõ ràng, dễ nhìn, không có lỗi chính tả, hiếm khi chèn ảnh hoặc hình vẽ thú vị, cũng không nên quá nhiều chữ - xin nhắc lại - chẳng có quy tắc cứng ngắc nào cả.) Cuối cùng, nếu muốn đưa

một danh sách các nhân vật và địa danh, hãy cứ đưa ra, nhưng đặt vào một trang riêng biệt ở cuối cùng; đặt ở phía trước, chúng sẽ chẳng có ý nghĩa gì.

Vì thế, hãy trình bày:

- Chuyên nghiệp (phong cách)
- Thú vị và khác biệt (chặt chẽ)

Những cuốn sách có ích: *Writing Treatments That Sell* của Kenneth Atchity & Chi-Li Wong (Owl Books, USA)

Hãy viết treatment của bạn

16

Bản quyền

Trong chương này các bạn sẽ học:
Cần phải làm gì khi bạn đã có một kịch bản hòan chỉnh và muốn gửi đi khăp nơi – hãy đăng ký bản quyền trước đã.

Một bản hướng dẫn ngắn gọn để biết các quyền của bạn
Trước khi gửi kịch bản đi, có lẽ bạn cần đăng ký bản quyền, chính thức khẳng định chủ quyền tác giả đối với tác phẩm gốc. Câu hỏi thường xuyên được đặt ra cho tôi là : "Tôi có một ý tưởng rất hay cho phim truyện/truyền hình/treatment – làm sao tôi có thể đăng ký bản quyền và bảo vệ ý tưởng khỏi bị ăn cắp?" Thực tế là bạn không thể đăng ký bản quyền cho một ý tưởng. Một ý tưởng chỉ là một ý tưởng. Bạn có thể đăng ký tác quyền cho một bản tóm tắt, một treatment, hoặc một kịch bản – là những tư liệu mà ý tưởng của bạn được thể hiện trong đó. Nên nhớ rằng ý tưởng của bạn được thể hiện trên giấy càng đầy đủ thì tác quyền của bạn càng vững (ví dụ, nên đăng ký bản quyền một treatment hơn là một bản chào hàng tóm tắt một trang)

Theo như luật, một ý tưởng chỉ cần được thể hiện dưới dạng giấy trắng mực đen có nghĩa rằng nó đã được khẳng định tác quyền. Tuy nhiên, điều đó thực sự chẳng có ý nghĩa gì mấy và chỉ là một phần nhỏ của kịch bản. Kể cả một tác phẩm có dấu © ở bên cạnh tên người chủ sở hữu và có ghi ngày tháng, điều đó cũng không đủ đảm bảo tác phẩm được bảo vệ, nhưng ít ra nó chứng nhận được ngày tháng tác phẩm đó ra đời và nói lên chủ quyền sở hữu tác phẩm.

Bản quyền không thể ngăn người khác cũng có những ý tưởng tương tự nhưng phát triển độc lập. (Chỉ có tám kiểu câu chuyện cơ bản, chẳng có gì mới hơn cả - nên nhớ rằng - vạ từ miệng mà ra - đừng ba hoa về các ý tưởng của mình cho đến khi bạn trình bày trọn vẹn trên giấy. Càng nói nhiều, càng rắc rối)

Khi bạn đi sâu hơn vào ngành truyền thông này, bạn sẽ nghe nhiều câu chuyện đồn thổi liên quan đến việc ăn cắp ý tưởng, format, thậm chí cả kịch bản và sau khi trình chiếu, bỗng dưng có người đứng lên kiện. Thực tế rằng, việc trộm tác

quyền chỉ đóng một phần rất nhỏ trong ngành công nghiệp này. Rất dễ để ăn cắp một thứ gì đó giống như treatment, bạn chỉ việc bỏ đi nguyên bản gốc, viết lại theo cách hành văn của mình.

Hiện nay có một thông lệ quen thuộc trong ngành này, khi một công ty thông báo nhận được kịch bản của bạn, hoặc khi họ gửi lời từ chối, họ thường viết những dòng như sau trong bức thư trả lời:
"Công ty đã nhận được rất nhiều bản chào kịch bản có nội dung tương tự. Chính vì thế, tôi tin chắc rằng bạn sẽ thông cảm nếu trong thời gian tới chúng tôi sản xuất hoặc đầu tư một bộ phim/chương trình/dự án mà bạn cho rằng giống hệt hoặc tương tự ý tưởng của mình, thực ra là do trùng hợp, ý tưởng này cũng xuất phát từ nguồn khác, chúng tôi không thể đền bù cho bạn.

Tôi xin gửi lại bạn bản chào kịch bản này cùng với bức thư. Tôi không đưa cho bất kỳ ai khác cả."
Động thái này có thể giúp các công ty tránh được những cáo buộc liên quan đến vi phạm tác quyền, nhưng đối với những người không chuyên, hành động này có vẻ như là cướp miếng ăn của người khác. Thực tế là một cá nhân đơn lẻ như bạn rất khó làm được gì nhiều.

Bản xác nhận
Bản xác nhận cũng là một thứ quen thuộc trong ngành công nghiệp này; khi bên nhận kịch bản yêu cầu người gửi ký và một biên bản còn được gọi là bản khước từ bồi thường trước khi người nhận đọc kịch bản gửi tới. Biên bản ngắn này (khỏang 1-3 trang) sẽ có những mục tương tự như sau:

"Mặc dù chúng tôi chưa đọc tác phẩm, nhưng chúng tôi thấy rằng có khả năng nó sẽ tương tự và/hoặc có sức cạnh tranh với một tác phẩm mà chúng tôi (hoặc chi nhánh hoặc đối tác của chúng tôi) đang nhắm tới và/hoặc đang cân nhắc để đưa vào sản xuất. Do đó để tránh những vấn đề rắc rối có khả năng xảy ra:

1. Bạn thừa nhận rằng tác phẩm này có thể có nội dung tương tự với những tài liệu và khái niệm mà chúng tôi đã hoặc đang phát triển.
2. Bạn đồng ý rằng trong quá trình chúng tôi xem xét và đàm phán kịch bản với bạn, bạn sẽ không kiện hoặc buộc tội chúng tôi (hoặc đại diện hoặc nhân viên của chúng tôi) và tôn trọng những tài liệu tương tự trong bất kỳ dự án nào mà chúng tôi có thể phát triển, sản xuất, phát hành, cấp phép hoặc bán cho bên thứ 3.

Nếu bạn không ký vào bản xác nhận đó, kịch bản của bạn có thể bị gửi trả lại và tài năng của bạn không được phát hiện. Quyết định cuối cùng có ký hay không thuộc về bạn và bạn cảm thấy quan trọng thế nào khi kịch bản của mình được đọc và phát tán rộng rãi.. Nếu bạn ký, hãy mở to mắt ra vì có thể bạn chấp nhận việc ý tưởng của mình bị lấy mất và từ bây giờ bạn không còn biết dựa vào đâu. Tuy nhiên, nhiệm vụ trước hết của bạn là để kịch bản của mình được người ta đọc.

> Bản xác nhận thực sự không phải điểm lợi cho các nhà biên kịch. Các nhà biên kịch, đặc biệt là những người mới vào nghề lúc nào cũng lo lắng hoảng hốt sợ ý tưởng của mình bị ăn cắp. Hãy dẹp cái thứ hoảng hốt đó sang một bên. Cuộc sống là hiểm nguy!
>
> *Jeff Polstein*
> Trưởng phòng nội dung ICM (US)

Nhiều nhà biên kịch Mỹ bây giờ đã gửi kịch bản đánh máy của họ trên giấy màu đỏ vì giấy màu đỏ không thể photocopy được.

Vậy tôi nên làm gì?
Có lẽ phương pháp đơn giản và rẻ tiền nhất đó là gửi bưu điện chính kịch bản của mình trở lại địa chỉ của mình, phong bì có đóng dấu, và giữ riêng nó tại một nơi an toàn, không mở ra. Đó là phương pháp mà cậu nhóc John Lennon đã làm khi gửi chính những ca khúc của mình. Điểm mấu chốt ở đây là những chiếc phong bì có đóng dấu ngày nhận được và được niêm phong. Nó sẽ là chứng cớ khi bạn đưa ra trước tòa, mở phong bì ra trước sự chứng kiến và xác minh của người đại diện pháp luật. Nếu điều đó chưa đủ với John Lennon, với tôi đã thấy đủ. Lưu ý: nếu gửi theo phương pháp này, nên sử dụng bản cứng (hardcopy), đĩa vi tính (bản mềm) có thể bị hỏng.

Để tăng thêm tính bảo vệ, bạn có thể đăng ký kịch bản của mình với một bên thứ ba - luật sư hoặc ngân hàng – nhưng chi phí là không tránh khỏi. Bạn cũng có thể đăng ký với các công ty Đăng ký bản quyền, những công ty kiểu này trực thuộc các cơ quan trong ngành này (BECTU, PACT, Raindance, Screenwriter's Workshop và Hiệp hội biên kịch Hoa Kỳ), những cơ quan độc lập và văn phòng nghệ thuật địa phương/văn phòng phát triển truyền thông (có thể tiếp cận được thông qua BFI). Họ sẽ thu một khoản phí nhất định, nhưng nếu bạn là thành viên, có thể được giảm phí. Thông tin liên hệ nằm ở cuối chương này và ở phần "Tìm hiểu thêm"

Việc đăng ký như vậy không đảm bảo được rằng ý tưởng của bạn không bị ăn cắp, nhưng ít nhất tác phẩm của bạn được xác nhận bởi một công ty độc lập. Điều này cũng khiến bạn thấy an tòan phần nào, và hai bên sau đó có thể thoải mái bàn việc với nhau.

Các công ty đăng ký bản quyền đang ngày càng nở rộ có lẽ do hội chứng sợ bị đạo văn trong ngành này đang gia tăng. Tất cả các công ty này đều cấp cho bạn tài liệu xác nhận đăng ký bản quyền có kèm ngày tháng và chữ ký, nhưng họ đều thu phí. Quyết định thuộc về bạn.

Có một việc bạn có thể làm đối với kịch bản đem gửi đi đó là đánh máy ở trang đầu (hoặc ở tất cả các trang nếu thấy cần thiết) dòng chữ "Tài liệu mật"

(Commercial in Confidence) kèm với biểu tượng ©, tên của bạn và ngày tháng ra đời tác phẩm. Một lần nữa xin nhắc lại rằng điều này không thể bảo vệ được ý tưởng của bạn khỏi bị trộm, nhưng ít ra nó khẳng định ngày bạn cho ra đời tác phẩm và có thể chính thức đòi quyền sở hữu. Điều này cũng tương tự như việc gửi tín hiệu đến người nhận, cả hai bên đều ý thức được vị trí pháp lý của mình và rằng bạn rất lo sợ bị ăn cắp ý tưởng. Có thể việc này sẽ khiến bạn thấy yên tâm đôi chút.

Biên kịch là một nghề nguy hiểm; hãy ý thức được rằng các ý tưởng na ná nhau thường bị phát tán cùng thời điểm. Nhưng bạn cần phải đưa dự án của mình đi khắp nơi và tìm ra người thích hợp để đưa nó lên hình, bạn sẽ chẳng thu được gì nếu cứ để nó bị bụi phủ trên giá sách. Sự lựa chọn thuộc về bạn.

Những ấn phẩm hữu ích
Copyright – một trong những sổ tay có ích của Hiệp hội tác giả. Địa chỉ ở trong phần "Tìm hiểu thêm".
Writer's Guide to Copyright and Law của *Helen Shay*
Protecting ideas and copyright – một cuốn sổ tay hữu ích và rẻ của BECTU – phát miễn phí cho hội viên (địa chỉ có trong phần "Tìm hiểu thêm")

Công ty đăng ký bản quyền
VƯƠNG QUỐC ANH
BECTU – www.bectu.org.uk/about.mem/service.html (ĐT: 020 7437 8506)
BFI – www.bfi.org.uk
National copyright archive Ltd. – PO Box 88, Burwell, Cambridge CB5 0BU (ĐT: 01638 741223). 10 bảng cho mỗi tài liệu đăng ký
PACT – www.pact.co.uk/resources/art_dtl.asp?art_id=68
Scriptreg – (ĐT: 01403 865595 scriptreg@aol.com) địa chỉ nằm trong Screenwriter's workshop (xem ở phần Tìm hiểu thêm); theo mẫu của Hiệp hội biên kịch Hoa Kỳ; 25 bảng cho 1 kịch bản trong mỗi 5 năm.
The Script Vault, PO box 36, Todmorden OL14 7WZ – UK được xác nhận bởi Hiệp hội biên kịch Anh quốc; 6 bảng cho một kịch bản trong mỗi 6 năm; www.thescriptvault.com
Stationers' Hall Registry Ltd., - Stationers' Hall, Ave Maria Lane, London EC4M 7Đ (ĐT: 020 7248 2934). 47 bảng cho một kịch bản trong 7 năm.
Văn phòng Bản quyền UK (Copyright Office UK) – www.copyrightservice.co.uk

HOA KỲ
National Creative Registry – www.protectwrite.com
US copyright office (Thư viện quốc hội) – www.loc.gov/copyright
Hiệp hội Biên kịch Hoa Kỳ - www.wgaeast.org/script_registration (khỏang 20 usd một kịch bản)
Write safe – www.writesafe.com (đảm bảo đăng ký từ tổ chức uy tín)

Người đại diện
Trong chương này các bạn sẽ học:
Về thế giới đen tối và bí ẩn của những người đại diện và làm sao để tìm ra một người

> Họ làm gì? Làm sao để tìm ra và giữ được một người?
> Việc có được một người đại diện giỏi rất quan trọng, người có thể hiểu được các mục tiêu của bạn và nhìn vào con đường sự nghiệp trong 30-40 năm tới. Bạn cần có một người để nhắc nhở mình, nếu lỡ bạn có quên, rằng mục tiêu sự nghiệp của bạn là gì và viễn cảnh sẽ ra sao. Bạn sẽ bị đối xử tệ nếu người đại diện của bạn là kẻ ăn xổi, chỉ trông đợi những sản phẩm nóng hổi nhất thời.
>
> *Paul Attanasio*

Một người đại diện như thế nào?
Người đại diện chính là mắt là tai của nhà biên kịch, người quản lý công việc và đi xem xét hàng hóa. Anh ta hoặc cô ta (rất nhiều người đại diện là nữ) sẽ xoay xở mọi việc cho bạn, bạn chỉ việc ngồi viết. Ăn một khoản phần trăm nhất định (thường là 10% hoặc hơn), họ sẽ đàm phán hợp đồng, chăm chút các mối quan hệ, nghe ngóng những dự án trong tương lai, phát triển dự án mới, thậm chí gợi ý một vài thay đổi để kịch bản của bạn dễ bán hơn. Bạn – nhà biên kịch là một thứ hàng hóa, mà người đại diện sẽ thỏa thuận để bán được giá hời nhất mà không bị mất hợp đồng. Một nhà biên kịch phải kiếm được ít nhất 15 nghìn bảng mỗi năm trước khi có một người đại diện quản lý họ và bắt đầu trông đợi khỏan thu về từ vụ đầu tư này.

Tôi có cần một người đại diện không?
Nếu bạn không có một người đại diện, tức là bạn đang làm việc trong tình trạng tàn tật. Trong thị trường kịch bản, có một người đại diện cũng giống như bạn có một tấm huy hiệu nói rằng : “đây là một biên kịch bán được sản phẩm”. Đó là một dấu hiệu cho thấy có một người tin vào tài năng của bạn. Nếu một người đại diện nói với bạn rằng bạn có thể nộp kịch bản với một thời hạn nào đó, điều đó giúp một nhà sản xuất tin vào khả năng nhận định của họ (và trách ai đó nếu dự án thất bại). Nói thẳng ra rằng những người quyền lực trong ngành công nghiệp này có xu hướng ngại cam kết với những nhà biên kịch trẻ mới vào nghề - vì đó có thể là những thương vụ không an toàn. Vì thế nếu một nhà sản xuất nhận kịch bản từ tay một người đại diện, nghĩa là ít nhất họ nghĩ rằng bạn có thể viết. Kịch bản đó sẽ được nhà sản xuất đọc chứ không phải Người đọc kịch bản, hoặc ít ra nó được ưu tiên chút ít. Có được một người đại diện giống như có thêm sự tự tin - một động lực mạnh mẽ. Hollywood thường chỉ chấp nhận những kịch bản nộp qua người đại diện.

Dĩ nhiên bạn có thể tìm được cách để xoay xở với việc đàm phán hợp đồng của mình, nhưng nên làm việc với một luật sư giỏi bên phía của mình (nên là một chuyên gia trong ngành truyền thông)

Làm sao để kiếm được một người đại diện?
Một người đại diện cũng giống như kịch bản của bạn, nếu không có tác phẩm đảm bảo, bạn sẽ không cất cánh được. Xin nhắc lại, nếu không có người đại diện, bạn sẽ làm việc vất vả gấp 10 lần.

Ngược lại, nếu một công ty sản xuất hoặc một đạo diễn quan tâm đến kịch bản của bạn và nói đến chuyện tiền nong, hãy cẩn thận, sẽ có một bầy những người đại diện vây quanh bạn và mời bạn vào nói chuyện.

> Người ta sẽ có phản ứng ngay lập tức với những tác phẩm tốt, bạn cảm nhận được điều đó từ bên trong và bạn biết rằng mình đang đứng trước một điều gì đó đặc biệt.
>
> *Mel Keynon* , người đại diện.

Tôi nên bắt đầu ở đâu?
Cuốn *The writer's handbook* (trong phần Tìm hiểu thêm) có một danh sách những người đại diện, tên, số điện thoại, % ăn chia, và thái độ đối với những kịch bản tự do được gửi đến. Đây chính là cuốn kinh thánh của bạn. Bạn cũng có thể tìm đến Internet.

Hãy lập ra danh sách những người đại diện có thể quan tâm đến thể loại tác phẩm của bạn và là những người chấp nhận các kịch bản tự do. Sau đó gửi một bức thư giới thiệu ngắn gọn (2-3 câu) nêu lên ý tưởng kịch bản và tham vọng trong sự nghiệp của bạn. Nên gọi điện trực tiếp (đừng bao giờ ngại làm việc này). Bạn có thể không trực tiếp nói chuyện được với người đại diện, ít ra bạn nói chuyện được với thư ký của họ (một đầu mối quan trọng) và hỏi rằng liệu họ có phiền nếu bạn gửi một tài liệu nào đó. Họ có thể nói không. Nếu họ trả lời như vậy, hãy chuyển sang người kế tiếp trong danh sách của bạn. Họ có thể trả lời rằng hiện tại không nhận những người mới, bạn hãy hỏi họ rằng khi nào họ sẽ tiếp nhận người mới (có một số người đại diện thường dọn dẹp và loại bỏ những thông tin không cần thiết 1 – 2 lần/năm, thời điểm đó là lúc mở cửa cho bạn bước vào)

Nếu họ yêu cầu bạn gửi toàn bộ kịch bản, tôi sẽ ngạc nhiên đấy. Tiêu chuẩn hiện nay để tiếp cận với những người đại diện (nhà sản xuất, hoặc bất kỳ ai có khả năng thúc đẩy sự nghiệp của bạn trong ngành này) đó là gửi cho họ một bức thư giới thiệu ngắn gọn với ba mục gạch đầu dòng mà tôi đã đề cập ở cuối chương 14. Họ có thể yêu cầu bạn gửi một bản tóm tắt và/hoặc treatment và một sơ yếu lý lịch (liên quan đến điện ảnh/truyền hình).
Họ yêu cầu bất cứ điều gì, bạn cũng nên cung cấp đủ.

Trước tiên, phải hiểu rõ các công ty đại diện - địa chị liên hệ quốc tế (Châu Âu? Mỹ?), lĩnh vực chuyên môn – xác định mục tiêu kịch bản của mình. Bạn có thể tìm thấy những công ty đại diện lớn với những người trẻ tuổi nhiệt huyết (ví dụ,

một cậu thanh niên từng đi pha trà muốn trở thành một người đại diện trẻ trung và đang đi săn tìm một danh sách ứng viên) thì dễ tiếp cận hơn. Nhưng ngày nay các công ty đại diện lớn lại đang muốn mở rộng hoạt động công việc của mình, bao trọn gói ở mọi cấp độ những thương vụ liên quan đến phim ảnh với các tài tăng của họ (đa ngành), và càng có ít những người đại diện đi săn lùng những nhà biên kịch mới. Có một số người đại diện tính phí cho việc đọc kịch bản. Hãy tỏ ra chuyên nghiệp: luôn mang phong cách kinh doanh và quan trọng nhất là luôn nhã nhặn.

Những phản hồi
Nên nhớ rằng mọi thứ trong ngành kinh doanh này đều chỉ dựa trên những phản hồi chủ quan, thậm chí đi theo 2 chiều trái ngược: có người đại diện mổ xé phê phán nhân vật A lỗi thời, với lối cư xử rập khuôn và cũ rích, trái lại một người đại diện khác lại cho rằng nhân vật A có cái nhìn cổ điển rất thú vị. Vì thế, đừng bỏ cuộc. Từ chối chỉ là một phần của ngành này và bạn phải học cách đi vòng, nếu bạn không thể chấp nhận phê bình hoặc từ chối, có lẽ bạn không thuộc tuýp những người viết kịch bản mà giới truyền thông đang đi tìm.

Đi xuyên qua
Nếu bạn cố gửi đi kịch bản “danh thiếp” của mình tới một người đại diện và (tuyệt vời!) họ không phải là không thích nó (họ hiếm khí nói rằng mình cực kỳ yêu thích thứ gì đó), họ có thể hỏi bạn rằng còn có gì khác nữa không? Nên nhớ rằng bạn luôn cần có đồ dự trữ. Bạn gửi cho họ kịch bản thứ hai (một kịch bản có thể thuyết phục được họ), cùng với một bản tóm tắt ý tưởng kịch bản khác trong 5-6 trang. Chuẩn bị một hồ sơ kịch bản là rất cần thiết.

Không nên tiếp cận một người đại diện khi bạn chưa có bộ hồ sơ. Có rất ít khả năng một người đại diện nói chuyện với bạn chỉ qua một kịch bản hoặc một ý tưởng - lấy đâu ra cơ sở để làm tiềm năng phát triển cho sự nghiệp của một biên kịch? Những người đại diện muốn một biên kịch có khả năng sinh lời, chứ không hẳn là một kịch bản có thể bán được.

Đừng cảm thấy khó chịu sau khi gửi đi kịch bản “danh thiếp” mà không nhận được hồi âm nào. Những người đại diện đôi khi rất bận và có khi phải đợi đến ba tháng mới có hồi âm. Có thể gửi cho họ một lời nhắc qua điện thoại sau 4-6 tuần. Nếu họ gọi bạn đến gặp, họ sẽ muốn nói chuyện với bạn về mục tiêu trong sự nghiệp. Bạn có biết mục tiêu đó là gì không?

Những điểm cuối cùng
Nếu được một người đại diện chấp nhận, thông thường chẳng có việc ký hợp đồng gi cả, chỉ là một cuộc thu xếp nói bằng lời hoặc qua vài bức thư trao đổi, sau cuộc gặp đầu tiên. Tuy nhiên, sau khi đã có được một người đại diện, đừng tin rằng họ sẽ mang miếng ăn đến cho bạn. Họ có thể chỉ cho bạn đi theo hướng nào đó, nhưng bạn phải bước vào ngành công nghiệp này, vào mạng lưới của nó, lắng nghe xem các cơ hội ở đâu và ai đang tìm kiếm điều gì.

Nên nhớ rằng có được một người đại diện không có nghĩa là xong việc – đó mới chỉ là bắt đầu - bắt đầu sự nghiệp của một nhà biên kịch và hãy tiếp tục dựa vào xem mối quan hệ công việc này sẽ tiến triển thế nào. Họ có thể loại bạn ra khỏi danh sách của mình nhanh chóng nếu bạn không có kịch bản bán được hoặc bạn tỏ ra "rất khó hợp tác".

Tôi không ủng hộ thái độ "người đại diện của tôi, người bạn tốt nhất". Điều cốt yếu luôn là vấn đề kinh doanh, cuối cùng bạn cần cảm thấy thoải mái tin tưởng vào công việc của người đại diện của mình và nhận định về tác phẩm của mình.

Luôn nhớ rằng người đại diện làm việc cho nhà biên kịch, chứ không phải ngược lại. Hãy nhìn vào tỉ lệ % ăn chia: ai lấy 90%? Thực ra, bạn đang thuê người đại diện – nhưng việc ai cần ai hơn lại là vấn đề gây tranh cãi.

> Bạn không nhất thiết cần có một người đại diện mới viết được
>
> *David Thompson*
> Chủ hãng BBC films

> …nhưng bọn họ rất có ích. Tôi không thể nghĩ ra được một nhà biên kịch chuyên nghiệp nào lại không có một người đại diện - một người đại diện giỏi.
>
> *David Koepp*
> Biên kịch: *Panic Room, Spider Man*
> *Mission Impossible, Carlito's Way*

Hai trang web thú vị
www.nyscreenwriter.com/article35.htm [bài báo về những người đại diện]
www.wgaeast.org/about_the_writers_guild/agency_list.html [danh sách những người đại diện ở Mỹ - xem phần "Tìm hiểu thêm" : Writers Guild of American - Hiệp hội các nhà biên kịch Mỹ]

Và những địa chỉ khác:
Hiệp hội đại diện của các tác giả: The Association of Authors' Agents: c/o Drury House, 34-43 Russell Street, London WC2B 5 HA (thư ký: Simon Trewin)
Đt: 020 7344 1000; www.agentsassoc.co.uk
aaa@pfd.co.uk – danh sách của những thành viên hiện có tại UK

Writers Guild of American - Hiệp hội các nhà biên kịch Mỹ (xem phần "Tìm hiểu thêm") cung cấp danh sách của những công ty đại diện được chấp nhận ở Mỹ.

www.stevens-arce.com [một đường dẫn rất hay về những người đại diện và các thông tin khác]

18
Chuyển thể, phim ngắn, TV series, soap, sitcom và cộng tác

Trong chương này, các bạn sẽ học:

- **những lĩnh vực chuyên môn trong viết kịch bản**
- **việc chuyển thể một tác phẩm của ai đó, viết phim ngắn (một cách hữu hiệu để được chú ý) và viết sitcom**
- **một vài mẹo về việc hợp tác với những biên kịch khác.**

Chuyển thể lên màn ảnh

Chuyển thể là một quá trình thay đổi hoặc biến chuyển một tài liệu từ dạng này (tiểu thuyết, sân khấu kịch, truyện ngắn, câu chuyện có thực, vv.) sang dạng khác (phim truyện, phim truyền hình). Mặc dù 60% các kịch bản được sản xuất là những tác phẩm chuyển thể (chủ yếu từ tiểu thuyết), nhưng cũng có một lượng lớn các kịch bản là sản phẩm gốc. Tại sao? Bởi lẽ đa số các kịch bản chuyển thể phải nhượng lại một phần hoa hồng cho tác giả gốc; trước khi một nhà biên kịch bắt đầu công việc chuyển thể một tác phẩm, người trả tiền hoa hồng (thường là nhà sản xuất) phải có được tác quyền chuyển thể tác phẩm gốc đó và thường việc này khá tốn kém.

Viết kịch bản chuyển thể không hẳn là một phần trong cuốn sách giới thiệu này. Đây là một kỹ năng riêng, mà bạn có thể tìm đọc trong những tài liệu chuyên môn có bán trên thị trường. Bạn cần hiểu rằng mỗi một hình thức có những nguyên tắc riêng trong hành động và xung đột, nó có những giới hạn và tự do riêng của mình. Trong quá trình chuyển thể, bạn cần tìm ra những yếu tố cơ bản và mạnh mẽ trong tác phẩm và đưa chúng lên hình. Nếu coi việc chuyển thể như một bài tập, hãy tự hỏi bản thân:

- Liệu tôi có thể rút ngắn tác phẩm đó lại thành một mạch truyện có độ dài 2 giờ đồng hồ? (một cuốn tiểu thuyết được kể qua bao nhiêu trang tùy ý, nhưng bạn chỉ có 120 trang)
- Liệu tác phẩm đó có chứa một ý định nhằm đạt được một mục tiêu nào đó và có khả năng được thể hiện thật kịch tính trên màn ảnh? Liệu động cơ đã đủ mạnh và rõ ràng, tất cả rồi có dẫn đến cao trào?

Vì thế: *hãy tìm ra xương sống*, đó chính là mạch truyện trung tâm thỏa mãn được các yêu cầu về hình ảnh và có thể được mô tả trong một câu – đó chính là khái niệm chuyện. Hãy xác định xem yếu tố nào cần thiết cho xương sống và yếu tố nào không cần. Sau đó, quyết định xem nên giữ và nên bỏ cái gì (lựa chọn, cô đọng, cắt bỏ, sắp xếp lại, chuyển đổi; tính mạch lạc vô cùng cần thiết). Tóm tắt câu chuyện ngắn gọn với các chi tiết cần thiết, tìm ra kết cấu mở-thân-kết cho kịch bản. Cuối cùng, chưng cất ra những tinh túy của linh hồn câu chuyện.

Linh hồn này chính là những điểm bạn bỏ qua và những gì bắt buộc phải giữ lại trong câu chuyện. Chuyển thể kịch bản là việc sáng tạo ra một loại "sự thực" mới, vì thế hãy đi theo những nguyên tắc của hình thức chuyển thể. Điều đó

không có nghĩa là ném cả quyển sách đi. Tính mạch lạc rất quan trọng: biết được mình đang tìm kiếm điều gì và hình dung kịch bản cuối cùng sẽ như thế nào.

> Trung thành với nguyên tác không có nghĩa là nhắc lại từng từ trong đó.
>
> *Andrew Davies*
>
> Chuyển thể: *Pride And Prejudice, The Old Devils, Tipping The Velvet.*

Ví dụ, phiên bản phim chuyển thể *The Talented Mr. Ripley* đã chỉ ra rõ ràng rằng cuối cùng Tom sẽ bị bắt, nhưng trong tiểu thuyết, phần kết hoàn toàn ngược lại; trong tác phẩm truyện tranh gốc *Road To Perdition*, Michael Jr. lớn lên và trở thành một mục sư, nhưng bộ phim kết thúc khi cậu ta mới chỉ là một đứa trẻ (dù rằng giọng thuyết minh khi đã là một người trưởng thành); và tôi vẫn đang tìm xem liệu Jane Austen (*Pride and Prejudice*) của tôi có thấy đoạn Darcy đi lên khỏi mặt nước, chiếc quần chẽn cưỡi ngựa bó sát vào thân ở đâu không. Tuy nhiên các kịch bản phim chuyển thể đều có hiệu quả khá thuyết phục theo cách riêng của nó. Hãy tự hỏi bản thân xem, tại sao người ta lại đưa ra những quyết định đó.

Nên nhớ rằng trong ngành truyền thông, một cuốn sách là một thứ tài sản để mua bán - chỉ khi có tác quyền mới được phép xoay xở để đưa tác phẩm đó lên màn hình.

Mẹo cuối cùng: chuyển thế chính tiểu thuyết của mình hiếm khi có hiệu quả - vì bạn quá gần gũi đối với tác phẩm gốc quý giá của mình.

Người ta nói rằng: “Sách hay làm ra phim dở và sách dở làm nên phim hay” (ví dụ: *Bonfire Of The Vanities, American Psycho và The Bridges Of Madison County*”. Bạn có đồng ý không? Hãy kể ra 3 cái tên ở mỗi loại. Bạn có tìm ra ngoại lệ nào không? Hãy kể ra!

Viết kịch bản phim ngắn

Các phim ngắn (có độ dài từ 5-30 phút) thường là một cách rất hay để các nhà biên kịch trẻ khởi nghiệp. Nhiều phim ngắn ra đời từ các trường dạy làm phim, và gần đây các hãng phim độc lập, kinh phí thấp cũng cho ra đời ngày càng nhiều phim ngắn. Một vài kênh truyền hình cũng đang ủng hộ phim ngắn (khi phát sóng trên truyền hình, độ dài tối đa của phim ngắn là 11 phút)

Kỹ năng viết kịch bản phim ngắn rất khác so với kịch bản phim truyện dài – có lẽ là một trong những thử thách và khó khăn lớn nhất trong các loại hình viết kịch bản. Dưới đây là một vài điều cần suy ngẫm trong lĩnh vực này:

- Có một điểm chung của các phim ngắn thành công đó là ý tưởng và cách diễn đạt “khớp với không gian của nó”. Đó không phải là một câu chuyện

dài bị nén lại để vừa khung thời gian, cũng không phải một ý tưởng được kéo dãn ra, càng không phải là một đoạn quảng cáo cho một phim nhựa trong tương lai– đó là một kỹ thuật nếu bạn có thể tự rút ra.

- Các nguyên tắc của viết kịch bản càng trở nên quan trọng hơn trong một kịch bản phim ngắn: bạn chỉ có 15 trang. Tiết kiệm trong hình thức và cách thể hiện là tất cả những gì cần làm. Đi thẳng vào cuộc sống và thế giới của nhân vật trung tâm ngay lập tức; đưa ra một sự kiện đặc biệt trong đời sống của nhân vật khi được kịch tính hóa đồng thời thể hiện rộng hơn, rõ hơn hiện tại và quá khứ của họ.
- Hãy nghĩ hai lần về điểm nút của câu chuyện. Người đọc đủ thông minh đoán được ra đoạn kết và thường là họ đoán đúng.
- Yếu tố hài hước khá hiệu quả trong kịch bản ngắn, miễn là bạn không sử dụng nó vào mục đích kéo dài kịch bản.

Dù có bị từ chối đi chăng nữa, những người hoạt động trong ngành này vẫn coi các phim ngắn là tiền đề của đạo diễn phim, một tấm danh thiếp thể hiện khả năng của họ để đi tiếp đến các phim truyện dài sau này. Hãy liên hệ với những đạo diễn mới vào nghề và các nhà sản xuất; hãy đưa ra tác phẩm của mình như một tấm danh thiếp.

Một vài trang web hữu ích cho những người làm phim ngắn:

www.atomfilms.com
www.briefencounters.org.uk
www.britshorts.com
www.clermont-filmfest.com [thị trường phim ngắn Châu Âu]
www.filmscouts.com
www.filmworks.com.sg
www.moviepoet.com [những cuộc thi phim ngắn quen thuộc]

www.fortheloveofit.com
www.in-the-movies.co.uk
www.schockwave.com
www.shortfilmbureau.com [gồm cả những lời khuyên về kịch bản]
www.shortscriptsonline.com [trang web rất hay của Mỹ]
www.triggerstreet.com [trang web của Kevin Spacey – cuộc thi phim ngắn hàng năm]

Soap (kịch truyền hình dài tập), TV series (phim dài tập) và sitcom (hài kịch tình huống)

Hãy vứt đi định kiên khi cho rằng viết kịch bản cho các phim truyền hình dài tập nghĩa là giảm giá trị bản thân. Đó là những sản phẩm quen thuộc, là bước khởi đầu cho các nhà biên kịch trẻ và là một môi trường đào tạo rất tốt trong việc viết lách. Hãy tỏ ra chuyên nghiệp: hãy biết thích nghi.

Soap hay nhất là những câu chuyện thường ngày được kịch tính hóa và không bao giờ đi đến cái kết.

Adrian Mourby
tác giả/nhà sản xuất – biên kịch/cựu biên tập
của *The Archers*

Một phần công việc của những người biên tập TV series là đi săn tìm những tài năng biên kịch mới, một lực lượng không bao giờ là đủ. Mỗi một series sẽ có "cuốn kinh thánh" của riêng nó - một tài liệu cụ thể về chi tiết các nhân vật của series, câu chuyện nền ở quá khứ, đặc tính và cách tiếp cận và những thông tin khác về sản xuất. Tuy nhiên để nắm được những tài liệu này là rất khó trừ khi bạn được mời tham gia viết cho chương trình này. Các series đã được sản xuất (*Eastenders, Hollyoaks, The Bill*) sẽ có những kế hoạch cho các nhà biên kịch tập sự, những người sẽ được khẳng định qua quá trình sản xuất.

Làm sao để tham gia được vào nhóm viết này? Hãy xác định chương trình bạn quan tâm, xem càng nhiều tập càng tốt, cố gắng nắm bắt được nhịp điệu và phong cách của series này. Nói chuyện với người biên tập kịch bản và/hoặc gửi cho họ một kịch bản mà bạn đã viết. Điều họ không cần là một tập phim sử dụng các nhân vật như trong series đó. Họ muốn một thứ gì đó tương tự hoặc có câu chuyện nền giống như của series đó. Họ muốn bạn chứng tỏ rằng bạn có thể viết, rằng bạn là một tài năng mà họ có thể ươm trồng.

Nếu họ thấy ấn tượng, họ sẽ mời bạn đến nói chuyện (Chương 19). Luôn sẵn sàng với năm đến sáu bản tóm tắt một trang. Sau khi gặp bạn, họ muốn biết xem liệu bạn có hiểu series đó rõ không, hiểu được cấu trúc và có thể (hoặc có thể được hướng dẫn) để hoàn thành sản phẩm đúng thời hạn. Đừng bao giờ phê bình chương trình đó quá nhiều. Hãy tỏ ra nhiệt tình và niềm nở; lắng nghe và học hỏi.

Hãy luôn chuẩn bị tinh thần là những tóm tắt kịch bản đầu tiên sẽ bị từ chối - đừng bận tâm nhiều. Hãy kiên định: sau mỗi một đợt bị từ chối, hãy gửi cho họ một vài ý tưởng khác hay hơn; cuối cùng sẽ có một ý tưởng đến đích.

Chu trình làm việc của thể loại series/soap:

Tháng 2: gặp các biên kịch - thống nhất mạch truyện
Cuối tháng 2: đưa ra bản thảo câu chuyện
Tháng 4: các nhà sản xuất chỉnh sửa lại câu chuyện
Tháng 5: bản thảo đầu tiên ra đời
Giữa tháng 7: bản thảo thứ 2 cùng với thiết kế sản xuất
Cuối tháng 7: bản thảo cuối cùng
Đầu tháng 9: ghi hình
Giữa tháng 10: phát sóng

Rất nhiều các chương trình soap và series có một đến hai đợt/năm mở cửa cho các biên kịch trẻ - hãy tìm hiểu xem đợt kế tiếp là khi nào và liệu chuẩn bị sẵn sàng một kịch bản.

Sitcom

Đây là một một lĩnh vực chuyên môn được đề cập trong những tài liệu riêng. Cũng như những tập soap dài 30 phút, chúng có cấu trúc 2 hồi (xem chương 8). Nên nhớ rằng sitcom có 2 yếu tố: tình huống và hài hước. Nhân vật phải phản ứng với tình huống xảy đến một cách hài hước. Khán giả có phản ứng đối với những nhân vật đáng nhớ - hãy tạo ra những nhân vật như thế! Lời thoại hài hước là sự khác biệt giữa nói ra những điều buồn cười và nói chuyện một cách buồn cười. Người ta thích cách thứ hai.

Các nhà sản xuất nói rằng họ muốn thấy có ít nhất 3 lần cười trong mỗi trang, cười một cách tự nhiên. Cũng nên lưu ý một vòng tròn quy luật trong sitcom đó là: ở cuối mỗi tập, các nhân vật tưởng như đã qua một chuyến hành trình dài những rồi cuối cùng lại trở về đúng với điểm xuất phát. Một điểm nữa cần lưu ý đó là sitcom phát huy được lợi thế qua chính môi trường giới hạn của nó: các nhân vật tha thiết, quyết tâm muốn vượt qua hoặc thay đổi tình trạng hiện tại, nhưng do hoàn cảnh xô đẩy, các mối quan hệ này nọ, họ không thể vượt qua (*Steptoe And Son, Hancock, Cheers, Frasier, Will & Grace*). Thực tế, những bộ sitcom muốn vượt qua lãnh thổ quen thuộc của nó, thường đem lại ít thành công.

Đừng viết những gì bạn nghĩ người ta sẽ thấy buồn cười, hãy viết ra những gì khiến bạn cười.

Khi đưa ra một thứ gì đó, các nhà sản xuất muốn thấy:

- một tập hoàn chỉnh - tốt nhất là tập mở đầu (pilot)
- nửa trang tóm tắt cho 6-7 tập (ít nhất) tiếp theo
- 1-2 trang định hướng chung về series, gồm 6-8 dòng dành cho mỗi nhân vật chính

Cuối cùng, đối với những biên kịch hoạt động theo nhóm: trước khi bắt đầu hãy đề ra những quy tắc chặt chẽ, ví dụ: ai làm gì trong mối quan hệ này (biết được điểm mạnh/yếu của nhau trong viết lách), thứ tự của từng biên kịch (thường là theo thứ tự abc) và phân chia tài chính. Việc này sẽ tránh được những tranh cãi sau này:

Các website có ích:

http://groups.yahoo.com/group/SitsVac
www.bbc.co.uk/talent [lời khuyên khi viết hài kịch]
www.bbc.co.uk/writersroom [trang chủ của Ban hài kịch BBC]
www.britcoms.com [các chương trình hài kịch của Anh]
www.comedyzone.beeb.com [một vài link hay]

www.robinkelly.btinternet.co.uk [có một một mục sitcom rất hay]
www.sitcomtrials.co.uk [những màn trình diễn tác phẩm của các biên kịch trẻ]
và một cuốn sách về tự học cách viết hài kịch *Teach yourself comedy writing* của Jenny Roche.

Với những ai đang đi tìm người cộng tác, đây là một nhóm online thích hợp để tham gia:
http://groups.yahoo.com/group/WritingBuddies

19
Ngành này vận hành như thế nào và vị trí của bạn

Trong chương này các bạn sẽ học:

- ngành công nghiệp điện ảnh/truyền hình và vị trí của bạn đang ở đâu
- làm sao để định hướng được thị trường
- làm sao để gặp gỡ và quảng bá sản phẩm đến nhà sản xuất
- cảm giác sung sướng trong tình trạng bất động được gọi là "đang phát triển". Hãy nên lo lắng, hoang mang…

> Nếu bạn không chủ động dẫn dắt mối quan hệ trong ngành này, chính nó sẽ dẫn dắt bạn
>
> *Paula Milne*

Vào cuộc

Người ta nói rằng vấn đề không nằm ở chỗ bạn biết gì mà là bạn biết ai. Đó chính là con đường đi vào ngành truyền thông - việc này phụ thuộc vào việc quen biết đúng người, đúng mạng lưới cần liên hệ: tiếp thị bản thân và tiếp thị kịch bản của mình – đó chính là chiến lược tiếp thị của bạn. May mắn cũng đóng một vai trò quan trọng – đưa được kịch bản phù hợp vào tay đúng người, đúng thời điểm. Làm sao để bước đầu đột nhập vào?

- Hãy chủ động. Liệu có một cuộc hội thảo nào đó được tổ chức và người đến nói chuyện là một nhà biên kịch tên tuổi hay một chuyên gia trong ngành? Hãy tham dự ngay
- Hãy tham gia lớp học biên kịch cuối tuần hoặc kéo dài vài tuần (chương 20). Những người tham dự có thể là những biên kịch triển vọng hoặc đã thành tài hay những nhà chuyên môn trong lĩnh vực này. Rất nhiều nhà biên kịch đã lần đầu bước được vào nghề (thường là TV soap hoặc series) qua việc gặp gỡ ai đó tại những lớp học kiểu này.
- Một vài kênh truyền hình và các trường dạy làm phim thỉnh thỏang tổ chức các khóa học hoặc dự án, thường là miễn phí. Để tham dự cần phải gửi kịch bản đến. Hãy tìm hiểu xem khóa học tiếp theo khi nào
- Một vài cuộc thi hoặc học bổng được công bố thông qua các tờ tạp chí hàng tháng của dân biên kịch.

- Tham gia một nhóm viết, một mạng lưới, gợi ý cho ai đó tổ chức các buổi hội thảo. Tình nguyện tham gia tổ chức hoặc giúp đỡ trong khâu tổ chức; đừng e sợ, việc này không chán lắm đâu!
- Tham gia vào một cơ quan nào đó trong ngành này (SW, NPA, PACT, Raindance, vv. – xem "Tìm hiểu thêm"), gặp gỡ những tài năng mới nổi đặc biệt là những nhà sản xuất hoặc đạo diễn. Bạn sẽ có một cơ hội tốt hơn nếu được là một phần của cả khâu trọn gói (những thành phần khác của khâu: nhà sản xuất, đạo diễn hoặc diễn viên tên tuổi). Việc này cũng thúc đẩy sự tự tin của bạn.
- Nếu nhà hát địa phương có một nhóm viết, hãy tham gia ngay. Tôi biết bạn muốn viết kịch bản phim, nhưng sân khấu cũng là một cánh cửa mở. Khi các chuyên gia đi tìm các tài năng, sân khấu/nhà hát là điều đầu tiên họ nghĩ tới (dù rằng viết kịch là kĩ năng hòan toàn khác). Nếu bạn có tác phẩm nào đó (dù mơ hồ) được biểu diễn, điều này sẽ rất ấn tượng trong sơ yếu lý lịch của bạn – ví dụ như một vở kịch được kể trên radio.
- Một vài công ty sản xuất độc lập và TV series (Eastenders, The Bill) có các dự án cho biên kịch tập sự.

Khi đối diện với ngành này, dù ở bất kì cấp độ nào, luôn phải tỏ ra dễ chịu, nhã nhặn, tự tin và chuyên nghiệp; không được hối thúc, lạm quyền, quá tự tin hoặc quá to mồm. Học cách lắng nghe và nhận lời khuyên. Thiết lập mạng lưới cũng là một kỹ năng bạn cần tích lũy. Tuy nhiên, cũng cần nhớ rằng, bạn có thể có liên hệ với rất nhiều người, nhưng nếu không có một kịch bản hay thì cũng đáng xấu hổ lắm.

Ngành công nghiệp: vị trí của bạn

> Hiện nay trên Đại lộ danh vọng của Hollywood có nhiều ngôi sao dành cho chó và mèo hơn là cho các nhà biên kịch.
>
> *Brian Helgeland*
> Biên kịch: *L.A. Confidential, A Knight's Tale, Conspiracy Theory*

> Quyền lực? Các nhà biên kịch chẳng có chút xíu quyền lực gì, trừ khi họ giàu có và nổi tiếng
>
> *Một chuyên gia trong lĩnh vực truyền hình ở Mỹ* (yêu cầu được giấu tên)

Trong nấc thang của ngành này, từ trước tới giờ biên kịch vẫn luôn ở vị trí gần thấp nhất và được trả lương tệ nhất. Nếu một bộ phim thành công rực rỡ, đạo diễn sẽ là người nhận được lời khen, nếu bộ phim đó thất bại thảm hại, tội lỗi sẽ đổ lên đầu biên kịch. Tuy nhiên, ngày nay tầm quan trọng của một kịch bản hay đang dần dần được nhận thức; những người có kịch bản tốt đang được trả lương cao hơn và được tôn trọng hơn (miễn là họ vẫn tiếp tục đưa ra được những kịch bản tốt)

> Nội dung của phim giờ không còn quan trọng nữa, vấn đề là "ai" tham gia phim?
>
> Đạo diễn *Robert Altman*

Đây là một thực tế trong ngành này: bước sang thế kỷ này, khoảng trên 40% khán giả đến rạp chiếu phim ở độ tuổi trên 40. Có lẽ đó là lí do giải thích tại sao Hollywood - nơi đang ngày càng tập trung hơn đối tượng ở độ tuổi 17-24 và quyền lực của những công ty đại diện ôm trọn gói các khâu trong sản xuất bị đi xuống - nhiều năm nay đang thiếu những kịch bản hay, trong khi đó khán giả ngày càng kén chọn và thông minh hơn, họ có xu hướng tìm đến mảng phim độc lập và những hình thức phim mới.

> Lần đầu tiên tôi gửi đi kịch bản *My Big Fat Greek Wedding* của mình, người ta nói rất thích nó, nhưng các ông chủ hãng phim nói rằng : "Cô có thể đổi nó thành phim của người Do thái?" hoặc "Có thể đổi thành người Gốc Nam Âu không?" Tôi nói rằng: "Không, đây là phim về Hy Lạp, và tôi hiểu rõ về Hy Lạp, tôi muốn giữ nguyên là Hy Lạp". Các hãng phim nói lời tạm biệt và vì thế tôi chuyển nó thành kịch bản sân khấu 1 người kể chuyện… rồi vợ chồng nhà Hanks đã đến xem buổi diễn…
>
> *Nia Vardalos*
> Diễn viên, biên kịch

> Để đi tới bất cứ nấc thang nào của thành công, bạn cần biết khi nào nên nói "có" dù họ nói "không" và khi nào nói "không" dù họ nói "có" (họ ở đây là bất kỳ ai, kể cả VIP).
>
> *Sharone Stone*
> Diễn viên, nhà sản xuất

Định hướng thị trường

Bạn cần hiểu về ngành này và cách vận hành của nó rõ như chính kiến thức về viết kịch bản của mình. Bạn cần làm quen với những cái tên (tên của các nhà sản xuất và công ty sản xuất): ai đang làm gì, ai đang tìm kiếm thứ gì, xu hướng ăn chia lợi nhuận, ý tưởng viết, kinh phí làm phim và doanh thu phòng vé.

Hãy hòa mình vào những tạp chí hàng tuần chuyên về phim ảnh – *Variety, Screen International* hoặc *The Hollywood Reporter*; với truyền hình Anh quốc – *Broadcast* (xem chi tiết ở phần "Tìm hiểu thêm"). Hãy đọc thật kỹ và đều đặn - tốt nhất là đăng ký mua định kỳ dài hại vài tờ. Bạn cũng nên quan tâm đến phần credit ở cuối một bộ phim hoặc chương trình truyền hình. Hãy làm giống như tôi: là một trong những người khiến chủ rạp chiếu phim phát cáu vì kiên quyết ngồi xem đến dòng credit cuối cùng.

Trong mọi trường hợp, luôn chú ý đến những cái tên, tự lập một hệ thống những tấm cạc cho chính mình: một loại dành cho các nhà sản xuất, một dành cho những người đại diện, phim hài, vv. Những người quan trọng cần tìm đến đó là: trong lĩnh vực phim truyện – chuyên gia phát triển kịch bản, trưởng phòng phát triển, các nhà sản xuất, đạo diễn; trong lĩnh vực truyền hình – biên tập kịch bản, nhà sản xuất, đạo diễn, tổng biên tập. Xây dựng một tệp cơ sở dữ liệu, những cái tên bổ sung trong ngành sản xuất, các dự án, lý lịch công tác của họ, gu và sở trường của họ, thái độ của họ đối với biên kịch mới vào nghề, những người trong ngành bạn có thể gặp (ghi lại địa điểm và thời gian bạn đã gặp họ, đã nói về vấn đề gì, trao đổi ý kiến gì, ấn tượng khái quát, vv.). Khi tệp cơ sở dữ liệu của bạn ngày càng dày lên, nghĩa là bạn đã có một kho tư liệu dự trữ quý giá.

Khi gửi kịch bản vào ngành công nghiệp này, hãy bắn nó bằng súng bắn tỉa: nhắm thẳng vào thị trường - tệp cơ sở dữ liệu chính là thị trường của bạn. Thông tin là quyền lực.

Về các nhà sản xuất và cách làm sao để sống sót dưới tay họ

> Yếu tố cơ bản đem đến sự thành công cho *Four Wedding And A Funeral* đó chính là vì tôi được cộng tác với một nhà sản xuất và một đạo diễn – những người có cùng chung quan điểm về bộ phim sẽ như thế nào và chúng tôi giữ vững quan điểm chung đó đến cùng.
>
> *Richard Curtis*

Một yếu tố cơ bản trong bất kỳ lĩnh vực sản xuất nào – người có quyền lực tối cao trong một dự án là nhà sản xuất. Những nhà sản xuất giỏi sẽ làm được việc, những người kém cỏi sẽ làm bạn uổng phí năng lượng, tài năng và thời gian. Những nhà sản xuất giỏi sẽ tạo ra được "nhiệt năng" (nhiệt tình và quyết tâm) cần thiết để tập hợp được những người tài cùng tham gia làm một bộ phim hoặc một chương trình truyền hình rồi đem bán. Mục tiêu của họ là cho ra đời sản phẩm tốt nhất với chi phí thấp nhất. Hãy làm quen với ý nghĩ rằng làm phim và truyền hình là nghệ thuật của việc cân đối trong khoảng thời gian và kinh phí cho phép. Đôi khi nhà sản xuất đóng vai trò sáng tạo trong dự án.

Ngày nay, những nhà sản xuất có tài năng, nhiệt huyết và tầm nhìn rộng thường làm việc trong mảng sản xuất phim độc lập. Hãy hướng đến những người, những công ty mà bạn ngưỡng mộ sản phẩm của họ. Nắm được lý lịch hoạt động của họ từ trước đến nay: quá trình sản xuất của họ có phù hợp với kịch bản của bạn không? Gọi điện và hỏi xem liệu họ có chấp nhận những tác phẩm tự do được gửi đến. Nếu có, họ có thể gợi ý cho bạn một vài cái tên (trưởng ban hoặc biên tập kịch bản) để bạn gửi kịch bản cho những người đó. Hãy đóng gói và gửi kịch bản, đừng hi vọng sẽ sớm có hồi âm. Có khi phải đợi đến 3 tháng mới có hồi âm. Sau từ 6-8 tuần hãy gọi điện đến thư ký của họ và lịch sự hỏi về kịch bản bạn đã nộp (ít ra là bạn biết thêm được một người để liên hệ)

Một vài công ty có thể yêu cầu bạn ký vào bản xác nhận trước khi nộp kịch bản (Xem chương 16). Quyết định thuộc về bạn. Những biên kịch mới vào nghề luôn bị hoang mang. Nếu bạn muốn người ta đọc kịch bản của mình, thì chẳng còn lựa chọn nào khác; nếu bạn không ký, sẽ không ai phát hiện ra kiệt tác của bạn.

Cuối cùng, có thể bạn tự hỏi rằng tại sao Hollywood và các hãng phim lớn lại sản xuất ra quá nhiều phim dở tệ như vậy. Bởi vì quyết định của những nhân vật quan trọng đôi khi dựa trên cơ cấu tài chính của một hợp đồng chứ không phải dựa vào tính sáng tạo đáng quý của một dự án. Vì thế bạn nên cảm thấy tự tin rằng nhà sản xuất làm việc cùng bạn có thể đặt yếu tố tài chính ngang bằng với yếu tố chiều sâu nghệ thuật trong kịch bản của bạn.

Ý thức được những khác biệt và những ưu tiên chung: điều quan tâm đầu tiên của một nhà biên kịch đó là có được một kịch bản hay, nhà sản xuất muốn kiếm đủ ra tiền và làm bộ phim đó.

Hẹn gặp

> Bây giờ tôi đã ngòai 90 tuổi, cách đây vài năm tôi có mang một dự án mới đến gặp một nhân vật quan trọng của hãng phim - một anh chàng trẻ tuổi, chưa đến 30 tuổi – anh ta mời tôi ngồi và hỏi: "Ông Wilder, hãy nói cho tôi biết ông đã làm được gì?". Tôi nhìn cậu ta và nói: "Không, cậu nhóc, cậu hãy nói cho tôi biết cậu đã làm được gì?"
>
> *Billy Wilder*
>
> Đạo diễn: *Some Like It Hot*

Một nhà sản xuất thích kịch bản của bạn và gọi bạn đến gặp để nói chuyện. Cuộc gặp đầu tiên này thường là một thủ tục thông thường để hai bên hiểu về nhau. Bạn sẽ quyết định xem có muốn làm việc với người này không, và về phía họ cũng quyết định xem liệu có thể làm việc được với bạn không. Luôn nhớ nguyên tắc cơ bản: lĩnh vực sản xuất phim luôn là một công việc cần sự hợp tác.

> Các nhà sản xuất tìm kiếm "sự ăn ý" khi làm việc với đồng nghiệp.
>
> *Adrian Hodges*

Nếu họ nhìn thấy rõ ràng có tính xung đột/va chạm, hoặc bạn là một nhà biên kịch cứng nhắc trong việc thay đổi ngôn từ của mình trên trang giấy (bạn không thoải mái nếu phải viết lại), họ sẽ nói "thanks, but no thanks" (cám ơn, nhưng chúng tôi không cần). Họ cũng tìm kiếm một sự đảm bảo trong cuộc gặp này: họ muốn thấy sự tự tin trong bạn - một nhà biên kịch không chỉ có tài mà còn đáng tin và có thể đem đến những kịch bản tốt đúng hạn. Đừng tỏ ra thô lỗ hoặc nịnh bợ công việc của họ. Đến đúng giờ, ăn mặc đẹp (hoặc ít ra là gọn gàng), cởi mở, có tính xây dựng và tự tin.

Ngay trong buổi gặp này, thường thì họ không nói gì đến vấn đề tiền nong. Họ có thể nói về việc bạn nộp những tài liệu chi tiết hơn hoặc các ý tưởng khác (những bản tóm tắt chào hàng – chương 15), hoặc họ đã có sẵn một ý tưởng và muốn mời bạn hoàn thiện ý tưởng đó và viết thành một kịch bản hoàn chỉnh. Nếu có sự thống nhất nào đó giữa hai bên, thường là bằng lời. Ngay sau cuộc gặp này, nên gửi một bức thư ngắn gửi lời cám ơn; nếu có điều gì được thống nhất trong cuộc gặp này, bạn nên đề cập lại trong thư.

Các nhà sản xuất thường đưa ra cho bạn một phương án thỏa thuận. Chấp nhận phương án này nghĩa là đồng ý một khoản nào đó (từ một đến năm trăm bảng), họ sẽ có toàn quyền đối với kịch bản hoặc bản tóm tắt để khai thác sử dụng trong một khoảng thời gian (thường là 1 năm và sẽ tái gia hạn hàng năm). Điều này buộc bạn phải viết lại theo những ghi chú của họ. Hãy quen với việc này, nếu bạn không đồng ý, sẽ có người khác thế chỗ.

Nếu người ta đưa ra một khoản tiền nhất định nào đó, bạn nên tham khảo ở Hiệp hội biên kịch đối với mức tương đương (xem phần Tìm hiểu thêm). Nếu được chào mời, hãy nói, một bảng, và tự hỏi: liệu người này có thực hiện được dự án không? Nên nhớ rằng bạn rất cần tên mình lần đầu xuất hiện trong phần credit. Ngòai ra, bạn sẽ được trả khoản tiền lớn đầu tiên khi phim bấm máy. Giá của các kịch bản tiếp sau sẽ tùy thuộc vào giá của kịch bản gần nhất mà bạn bán được. Một xu hướng đang ngày càng phổ biến đó là Mua đứt, bạn sẽ ký hợp đồng vĩnh viễn chuyển toàn bộ tác quyền với cái giá gấp 2-3 lần giá của Hiệp hội. Quyết định thuộc về bạn.

Những nhà sản xuất giỏi (có tầm nhìn và biết chia sẻ) sẽ giúp bạn phát huy được hết tiềm năng trong dự án của mình và nếu mối quan hệ phát triển thuận lợi, tốt đẹp, có thể hai bên sẽ trở thành những cộng sự lâu dài. Nhiều sản xuất thích xây dựng những mối quan hệ lâu dài với những biên kịch hợp gu với họ mà họ phát hiện ra, ươm trồng và có thể tin cậy được.

> Nếu bạn được trả tiền để viết một thứ gì đó, tội lỗi đáng xấu hổ nhất không phải là nộp muộn mà là không nộp.
>
> *Colin Clements*
> Biên kịch/sản xuất điều hành

Chào hàng kịch bản và thuyết phục
Rất nhiều bài báo đã viết về chào kịch bản và những kỹ năng liên quan đến việc này. Đối với các biên kịch trẻ, đây thực sự là một lĩnh vực dễ nản lòng, nhưng dưới đây sẽ cho các bạn một vài gợi ý cơ bản.

Chào hàng kịch bản là một bản giới thiệu bằng lời kịch bản hoặc ý tưởng của bạn cho bất cứ ai có quyền nói “Chấp nhận”. Người này thường là nhà sản xuất hoặc tổng biên tập, các biên kịch ngày nay có xu hướng pitch với các nhà sản

xuất. Thông thường bạn không có nhiều hơn ba phút - chỉ khoảng hai phút - để trình bày. (Trong phim *The Player*, Griffin Mill nói với một biên kịch, "hãy kể tôi nghe trong 25 giây thôi – không được hơn"). Đó chính là lúc khái niệm chuyện, one-liner và những câu đề từ làm việc.

Việc chào hàng kịch bản đang ngày càng phổ biến ở Anh, nhưng có lẽ không đến mức điên cuồng như ở Mỹ. Cũng có nhiều cách chào không chính thức: mỗi khi có ai đó – người đại diện, nhà sản xuất, biên tập, kịch bản hay một đạo diễn - mời bạn đi ăn và hỏi " dự án nói về cái gì thế?", câu trả lời của bạn chính là chào hàng.

Một bản chào chứa những nội dung sau: các nhân vật chính, hành trình của họ, kết thúc và ai muốn xem phim loại này.

> Một ý tưởng hay mà được trình bày tệ hại cũng trở thành một ý tưởng tệ hại
>
> *Stephen Cannell*
> Biên kịch/sản xuất: *Rockford Files, Profit*
> *Columbo, Dead Above Ground*

Làm sao để có một bản chào hiệu quả? Hãy chuẩn bị một chiến lược trước khi bắt đầu chào:

- Biết được mục tiêu của mình: gây ấn tượng tốt với người nghe (tỏ ra chuyên nghiệp: đúng giờ, ăn mặc gọn gàng, nói rõ ràng, tự tin, sử dụng ánh mắt hiệu quả ; bộc lộ đam mê và quyết tâm đối với ý tưởng này; trình bày thật rõ ràng để người nghe hiểu được toàn bộ ý tưởng và hãy nói với đầy nhiệt huyết để khiến người nghe cũng thấy hứng thú - đủ để thuyết phục họ rằng đây là một dự án không thể bỏ qua; bắt đầu với việc khiến cho họ quan tâm đến dự án của bạn; để một cánh cửa mở và bạn có thể quay lại với những ý tưởng khác, nếu họ từ chối dự án này. Nên nhớ rằng đam mê là rất cần thiết, nhưng đừng quá cuồng tín.
- Hiểu rõ người nghe chào: hãy nắm rõ lý lịch công tác sản xuất của họ. Họ có đủ quyền để quyết định không? Nếu không, thì họ quen thân với người có quyền quyết định ở mức độ nào?
- Chuẩn bị: Bạn chỉ có 3 phút, do đó nên trình bày khái niệm chuyện trong 3-4 câu; câu đầu tiên là tiêu đề, thể loại chuyện và điều gây hứng thú người nghe; sau đó tập trung vào câu chuyện, nhân vật chính, sự kiện chính của phim. Một câu đề từ hay sẽ rất hữu ích. Hãy chuẩn bị một bài thuyết trình dài hơn (10-15 phút) nếu họ tỏ ra hứng thú.
- Luyện tập: với bạn bè, gia đình, máy ghi âm, đứng trước gương. Bạn không cần cố học thuộc lòng; chỉ cần nhớ những ý chính rõ ràng cần phải nói.

- Những câu họ có thể hỏi hoặc những lời từ chối (ý tưởng này quá giống với…, nó quá khác biệt, làm sao khán giả đồng cảm được với nhân vật chính vv.) và chuẩn bị những câu trả lời có tính xây dựng - thậm chí đưa luôn vào trong bản chào.
- Chuẩn bị sẵn những tài liệu dự trữ phù hợp (một bản tóm tắt một trang, lý tưởng hơn là một treatment) để người nghe chào có thể thuyết phục sếp của họ.
- Đưa ra từng thứ một (luôn có những bản tóm tắt sẵn sàng, phòng trường hợp cần thiết)
- Tóm lại, hãy tạo một ấn tưởng/kỷ niệm đẹp đối với người nghe (chuẩn bị sẵn poster phim trong đầu)

Câu cuối cùng: nhà đầu tư muốn cảm nhận được sự tự tin cần thiết để đầu tư vào người mà họ đang hi vọng. Cuối cùng, đây chính là kịch bản sẽ bán được – mà cũng có thể không.

> Hãy khiến người lắng nghe chào hàng đặt câu hỏi. Nếu họ hỏi, nghĩa là bạn đã kích thích được họ, bạn biết họ đang quan tâm.
>
> *Tony Marchant*

Một website rất hay cần ghé qua là của chuyên gia chào hàng kịch bản: Robert Kosberg:
www.moviepitch.com/homeframe.htm

Giai đoạn phát triển

Khi kịch bản của bạn được đưa vào phát triển, bạn sẽ làm việc với biên tập kịch bản (truyền hình) hoặc chuyên gia phát triển (phim truyện). Họ sẽ làm việc với bạn để phát huy được hết tiềm năng của kịch bản. Dĩ nhiên họ cũng làm việc cho các nhà sản xuất và đóng vai trò trung gian - cầu nối giữa bạn và "tầng lớp trên", họ cũng làm theo những "ghi chú thay đổi" của nhà sản xuất. Việc này phụ thuộc vào mối quan hệ trong hợp tác giữa bạn và biên tập. Thường thì họ sẽ hỗ trợ bạn, đặc biệt là khi bạn sẽ không gặp lại nhà sản xuất sau buổi gặp đầu tiên. Hãy cẩn trọng với "giai đoạn phát triển đáng sợ" khi kịch bản của bạn ở trong tình trạng "đang phát triển" mãi mãi và chẳng bao giờ thành phim.

> Bạn sẽ vẫn phải viết lại thậm chí sau khi chết
>
> (*Sunset Boulevard*)

Một vài cơ sở dữ liệu hữu ích về các nhà sản xuất và tổng biên tập ở Anh quốc:
www.farnfilm.com/uktv
www.pact.co.uk [xem phần Tìm hiểu thêm]
www.theknowledgeonline.com
www.mediaresourcescontacts.com/ukp3.htm

20

Sự nghiệp của bạn khi là nhà biên kịch

Trong chương này bạn sẽ học:

- **Mọi điều về bản thân: khi là một người bình thường, một nhà biên kịch, một người có chuyên môn - mạng lưới hoạt động và chiến lược tiếp thị**
- **cách xử lý đối với những lời từ chối (sẽ có kha khá lời từ chối) và sự thật phũ phàng đằng sau những bài viết của những hội nghị chuyên đề hào nhóang mà bạn đọc được**

Hiểu rõ bản thân - tiếp thị bản thân

> Hầu hết các nhà biên kịch không có năng khiếu tự quảng cáo bản thân. Các nhà biên kịch đang làm nghề và những người đại diện hướng dẫn cho những biên kịch trẻ làm sao thể quảng cáo bản thân hiệu quả hơn; điều đó có tính chất quyết định đối giải thích tại sao có một số kịch bản bán được
>
> *Stephen Rebello*
> Biên kịch

Thông thường các nhà biên kịch coi việc họ đang làm như một hình thức kinh doanh: một nghề chính thức, những mẫu công việc quen thuộc, mục tiêu, thời hạn hoàn thành và một thái độ chuyên nghiệp. Có những người cùng một lúc làm đến 2-3 dự án. Dĩ nhiên điều này không có nghĩa là phủ định hoàn toàn những mục đích cao đẹp khác của bạn khi viết, có điều bạn cần biết rõ bản thân mình và biết tại sao mình làm công việc viết lách này.

Luôn ghi nhớ rằng, biên kịch là một công việc cần sự hợp tác; bạn không nên khư khư bảo vệ một dòng cụ thể nào đó, một cảnh hay tòan bộ kịch bản của mình (xin nhắc lại, hãy học cách "giết chính đứa con tinh thần của mình"). Có một số người lại coi biên kịch là bước đệm để họ đạt tới mục tiêu cuối cùng: trở thành đạo diễn hoặc nhà sản xuất. Vậy tại sao không đi thẳng trực tiếp làm đạo diễn một kịch bản phim ngắn của một nhà biên kịch nào đó (có khi giỏi hơn bạn)? Hầu hết những đạo diễn kiêm biên kịch xuất phát từ nghề đạo diễn trước.

Tiếp thị bản thân phụ thuộc vào việc xác định được điểm mạnh và yếu của mình với tư cách là một nhà biên kịch và là một con người bình thường. Việc này cũng tính đến cách bạn thể hiện bản thân và trong công việc khi bước vào ngành này (bao gồm cả cách nộp một kịch bản trình bày đúng hình thức vốn rất quan trọng – chương 2). Đây cũng là một mạng lưới rộng lớn: mở rộng các nhánh quan hệ giao tiếp có thể đem lại lợi ích cho bạn sau này. Đừng ngạc nhiên nếu có người gọi bạn là 'media whore' (kẻ lê la trong giới truyền thông) – trong ngành này, đây được coi là một lời khen.

Có vài nhà biên kịch đăng ký mua dài hạn hoặc đọc các tạp chí thương mại truyền thông, họ tìm thông tin chung chung chứ không phải những bài viết liên

quan đến họ. Nên nhớ rằng: cơ sở dữ liệu của bạn = thông tin = quyền lực = lợi thế so với những đối thủ khác đang muốn thành danh.

> Các nhà biên kịch thường tập trung vào công việc sáng tạo, dành hàng trăm giờ đồng hồ ngồi viết lách, nhưng hầu hết bọn họ không biết tiếp thị bản thân. Khi bạn bước ra thị trường, bạn không chỉ tiếp thị tác phẩm của mình, bạn tiếp thị cả chính bản thân mình. Cách bạn vượt qua khó khăn này và được thừa nhận thậm chí còn quan trọng hơn nội dung bạn viết, giả sử rằng tác phẩm bạn viết ngay từ đầu đã hay rồi.
>
> *Julian Friedmann*
> Người đại diện

Hãy học cách thích nghi. Đừng có bị ám ảnh thái quá về việc viết kịch bản phim điện ảnh; hãy sẵn sàng với những kịch bản soap, series hay bất cứ cơ hội nào đến với bạn. Bạn muốn làm việc đều đặn đúng không? Bạn cần bước đột phá đầu tiên để xây dựng một lý lịch công tác tốt và chút danh tiếng.

Danh tiếng

> Trong ngành này, danh tiếng là tất cả. Cộng đồng truyền thông rất nhỏ, mọi người đều biết nhau cả, chủ yếu là qua truyền miệng; tên của bạn có thể xuất hiện trong cuộc đối thoại nào đó, ai đó nói: "Tôi nghe nói, làm việc với hắn ta khó khăn lắm"; câu nói này sẽ giết chết bạn.
>
> *Malcolm*
>
> *Gerrie*

Tôi đã nghe lời khuyên này từ ông ấy nhiều năm về trước, chính ông ta là người đem đến bước đột phá đầu tiên cho tôi. Gần đây, chính Malcolm là nhà sản xuất bị *Russell Crowe* xô vào tường và nói rằng: "Tôi đảm bảo rằng ông sẽ không bao giờ được làm việc ở Hollywood". Có vài người nói rằng, chính vì sự việc này mà anh ta bị mất đi tượng vàng Oscar năm đó; đây chính là luật của trò chơi này. Thật lạ là sau nhiều năm, những lời nói của sếp tôi vẫn còn vang vọng.

Hãy nghĩ xem mọi người nghĩ về bạn như thế nào. Hãy xây dựng danh tiếng với tư cách là một biên kịch mới, tài năng, rất dễ làm việc, những lời khen sẽ lan rộng. Nhà sản xuất, người đại diện và những người khác sẽ muốn gặp bạn. Tạo ra một "tiếng xấu" nghĩa là bạn đã tự giết chết sự nghiệp của mình.

Có vài nhà biên kịch rất nóng tính nếu họ không thích cách người ta xử lý tác phẩm của mình và đôi khi họ cư xử rất nông nổi. Tôi không nói bạn phải quỵ lụy. Bạn cần cư xử bình tĩnh, cân nhắc một cách logic và đàm phán. Nếu một nhà sản xuất đưa ra gợi ý về một thay đổi nào đó mà bạn không chấp nhận được, đừng có trả lời vội rồi gây ra những trận cãi vã. Hãy nói "tôi sẽ xem xét lại" rồi quay lại sau vài ngày chuẩn bị sẵn vài lí do chính đáng tại sao bạn nghĩ thay đổi đó không ổn và đưa ra những phương án lựa chọn khác. Hãy nhìn sự việc dưới góc nhìn của họ, có những cuộc tranh luận tích cực trên cơ sở kiến thức và sự tự tin. Luôn có một phương án trung gian mà không nhất thiết phải thỏa hiệp

hoàn toàn. Cũng đừng bao giờ cho rằng mối quan hệ giữa biên kịch và sản xuất hoàn toàn bị chi phối bởi nhà sản xuất.

Cuối cùng, hãy cẩn thận nếu bạn nổi tiếng vì xoay xở để bán được nhiều kịch bản hoặc treatment nhưng lại không có dự án nào được làm hoặc được đưa lên màn ảnh.

> Việc bảo vệ danh tiếng cho bản thân là rất cần thiết. Danh tiếng của bạn còn lớn hơn tổng sản phẩm bạn viết ra, nó thể hiện mối quan hệ tương tác của bạn với mọi người trong ngành - đặc biệt là với nhân vật quan trọng: nhà sản xuất, đạo diễn, người đại diện của bạn – và vai trò tuyệt vời của bạn khi làm việc trong nhóm.
>
> *Julian Friedmann*
> Người đại diện

Bị từ chối – làm sao để đối mặt với nó

> Tôi đồng cảm với sự cáu giận của các nhà biên kịch. Tôi đã phải viết hàng tá kịch bản trước khi cái đầu tiên được làm thành phim.
>
> *Michael Tolkin*
> Biên kịch: *The Player, Changing Lanes, Deep Impact.*

Bạn đang cố gắng để bước vào một trong những ngành khó khăn nhất. Bạn sẽ đối mặt với sự từ chối - rất nhiều lần. Hãy quen với việc đó. Luôn bật trở lại, da mặt ngày càng dày. Nói như lời của Art Arthur: từ chối những lời từ chối. Luôn ý thức rằng, họ từ chối mớ giấy bạn gửi chứ không phải từ chối bạn.

> Khi từ chối kịch bản nào đó, không nhất thiết là do chất lượng viết. Có nhiều yếu tố khác; một kịch bản viết hay những có thể bị từ chối vì chúng tôi không bán ra thị trường những sản phẩm theo gu đó, lịch sản xuất đã kín, hoặc kinh phí quá cao, có rất nhiều lí do.
>
> *Jan Levanthal*
> Carlton Central TV

Bạn có thể gửi cùng một kịch bản cho 12 người và nhận được 12 câu trả lời khác nhau. Bạn chỉ lo lắng và xem xét lại kịch bản của mình khi họ từ chối với cùng một lí do. Có lẽ họ đang cố để nói với bạn điều gì đó: về kịch bản của bạn hoặc về chính bản thân bạn.

Hầu hết các bức thư từ chối đều ngắn gọn và mơ hồ: "đây không phải thứ mà chúng tôi đang cần tìm". Hãy gọi điện và hỏi xem chính xác họ đang cần gì. Hoặc cố gắng viết cho họ thật lịch sự, hỏi xem liệu họ có thể giải thích rõ hơn tại sao từ chối - điểm mạnh, điểm yếu. Bạn có thể không được phép xem bản nhận

xét của Người đọc thẩm định, nhưng cứ thử xin một bản copy xem sao. Ít ra bạn cũng có cớ để có một cuộc nói chuyện với nhà sản xuất hoặc công ty.

Cuối cùng, sự cam kết: mức độ cam kết của bạn đối với kịch bản của mình, với sự nghiệp của mình? Trích lời của Michael Hauge, sự cam kết rất đáng sợ - hãy hỏi một ai đó sắp kết hôn vào ngày mai! Sự cam kết có thể giúp bạn vượt qua được cản trở của biên kịch. Hãy hỏi bản thân: tôi cam kết với kịch bản, cảnh phim hay bất cứ thứ gì như thế nào? Tôi sợ hãi như thế nào khi chuẩn bị đối mặt để thấy chính bản thân mình qua từng cảnh hoặc kịch bản của mình?

> Rất khó để tiếp tục tin tưởng vào bản thân khi bạn đã cố gắng rất nhiều, nhưng luôn gặp rắc rối trong việc làm sao để kịch bản của mình được đọc và được hồi âm. Một nhà biên kịch giỏi sẽ đạt đến đỉnh cao nếu kiên quyết bám trụ. Kiên định sẽ đạt được hiệu quả theo thời gian.
>
> *Tom Schulman*

> Gió thổi càng mạnh – cây càng khỏe
>
> Ngạn ngữ Nhật bản

Những khóa học và chuyên đề về viết kịch bản

Là một ngành đang thăng hoa: những hội thảo chuyên đề về kịch bản vào cuối tuần hoặc kéo dài cả tuần thường do một ông trùm trong ngành biên kịch đứng ra tổ chức. Liệu tham dự những hội thảo này có ích cho bạn hay không, chỉ có bạn mới biết được. Mỗi một hội thảo sẽ mang đến một điều gì đó. Một vài điểm tích cực từ những hội thảo kiểu này:

- Chúng có thể có ích khi giúp bạn nhận ra những điều bạn lỡ quên hoặc chưa hiểu rõ lắm
- Bạn có thể rút ra một vài mẹo hay ho hoặc những ý kiến sáng suốt hoặc nhìn nhận lại quan điểm về nghề biên kịch
- Có thể đây là một mạng lưới hữu ích
- Hội thảo có thể rất căng thẳng: bạn có thể thấy mệt nhòai nhưng lại tràn đầy năng lượng để viết – hãy thổi bùng lên nhiệt huyết và bắt tay vào viết

Những mặt tiêu cực:

- Có thể khá tốn kém: hầu hết các biên kịch trẻ đều nghèo; tiền có thể đạt hiệu quả hơn khi dành để mua các kịch bản gốc, sách hướng dẫn, mượn băng đĩa hoặc mua máy vi tính; nếu bạn quá tha thiết muốn tham dự, hãy nói với người tổ chức, đề nghị giúp đỡ họ, đổi lại bạn được giảm giá vé (hoặc miễn phí) - họ có thể nói "không" – nhưng một tác phong mang tính thương mại chỉ có lợi mà thôi.
- Có thể những hội thảo này chỉ tập trung vào cấu trúc 3 hồi của Hollywood; hãy tự nghĩ đi, hãy tự rút ra kết luận cho riêng mình.

- Hãy cẩn thận với nguy cơ rằng tham dự những khóa học này để thay thế cho việc viết thực sự . Lời khuyên của tôi? Viết một kịch bản, tham dự một khóa học, viết một kịch bản khác, tham dự khóa học khác, cứ thế…

Đến với các khóa học với một tác phong và thái độ đúng đắn:

- Đừng hi vọng rằng các khóa học này sẽ đem đến chiếc chìa khóa mở ra thiên đường của ngành biên kịch hoặc một giải pháp tối ưu (cẩn thận với những ai đưa ra lời quảng cáo kiểu này); mỗi một người dạy có cách tiếp cận vấn đề theo lối riêng của họ.
- Từ những khóa học này hãy rút ra những gì bạn cảm thấy có ích cho mình, những gì còn lại bỏ vào trong kho phòng khi cần dùng đến trong tương lai; hãy tự quyết định và đừng cảm thấy rằng "đây là điều cần phải làm" hoặc cuối cùng cho ra những kịch bản na ná nhau, bạn là một biên kịch, có tiếng nói của riêng mình, hãy tận dụng những khóa học kiểu này để phát huy tài năng của mình.
- Hãy tự hỏi bản thân liệu bạn có thể hòan thành một kịch bản nào đó trong khóa học này không; trong giai đoạn mở đầu, bạn sẽ cảm thấy tham gia khóa học này rất bổ ích và khi học xong ít nhất bạn sẽ có được một hoặc một phần kịch bản hòan thiện.
- Là một người mới vào nghề, bạn có thể sợ rằng mình bị lạc lõng hoặc khóa học quá tầm của mình; không nên thế - những người tham gia khóa học này có thể còn non trẻ hơn bạn.
- Sau khóa học, hãy tiếp tục duy trì liên lạc với những người bạn gặp trong khóa học này; bạn sẽ không biết được rằng trong tương lai họ có thể có ích như thế nào.
- Bất kỳ phương thức nào có lợi cho mình, hãy làm ngay.

Lời cuối cùng về những khóa học kiểu này: tôi không phải là một người hăng hái.

> Hãy không ngừng phát huy tài năng của mình. Hãy tạo không gian cho nó phát triển. Bạn biết mình có tài mà.
>
> *Alan Plater*
>
> Biên kịch: *The Last Of The Blonde Bombshells,*
> *A Very British Coup, The Beiderbecke Tapes, vv.*

21
Những nhận xét cuối cùng
Trong chương này các bạn sẽ học:

- **Những người trong ngành này tìm kiếm điều gì khi lần đầu nhận được kịch bản của bạn.**
- **10 điều nên làm và 10 điều không nên làm khi muốn trở thành một biên kịch thành công.**
- **Một vài lời hay ý đẹp vè cuộc sống, công việc viết lách và về mọi chuyện.**

Viết kịch bản không phải là một hình thức nghệ thuật. Đó là một đòn trừng phạt của Chúa.

Fran Lebowitz
Nhà văn

Người Đọc thẩm định và nhà sản xuất tìm kiếm điều gì trong một kịch bản?

Câu trả lời thành thật đó là: Tôi không biết, nhưng khi có một kịch bản hay đặt trên bàn tôi, tôi cảm nhận được ngay. Nó có thể tự đứng dậy và xộc thẳng vào mũi tôi và khiến tôi phải phản ứng ngay lập tức.

Duncan Kenworthy
Nhà sản xuất: *Four Weddings And A Funeral*
Notting Hill, Gulliver's Travels, Heartlands

Điều thường thiếu trong các kịch bản ngày nay đó là tiếng vang, những gì đọng lại sau khi đọc kịch bản hoặc xem phim. Rất nhiều kịch bản bạn quên ngay sau khi đọc xong, thậm chí quên ngay cả khi đang đọc. Có cảm giác rằng, những kịch bản đó được viết theo một trật tự nhất định và mắt người viết chỉ dính vào doanh thu phòng vé hoặc một ngôi sao nào đó.

Stephen Rebello

Họ muốn điều mọi người đều muốn: một câu chuyện hay. Điều đó phụ thuộc vào nghệ thuật kể chuyện cơ bản – làm người ta háo hức mong đợi sự kiện tiếp theo. Hãy rèn luyện kỹ năng đó và bạn sẽ đạt được.

Mỗi tuần họ phải đọc rất nhiều kịch bản, những Người đọc luôn cố tìm ra một lí do nào đó để không phải tiếp tục đọc: bố cục tệ, trình bày kém, không có khái niệm về cấu trúc hoặc nhân vật, thoại thừa, vv. Trừ khi bạn gây ra được một cú hích cho họ ngay từ đầu phim, kịch bản của bạn sẽ được để sang khu vực "sẽ xem xét lại".

Một Người đọc thẩm định thường có sẵn trong đầu một ấn tượng rằng họ sẽ từ chối kịch bản của bạn. Điều này giúp họ ngay lập tức đánh hơi được nếu kịch bản của bạn có chỗ nào đó không đạt yêu cầu: tính thuyết phục của nhân vật, tính kiên định của nhân vật, sự khác lạ ở nhân vật, tính chân thực của hành động, tính nhất quán của cốt truyện, tính chân thực của lời thoại, cấu trúc, tính kết nối của chủ đề và sự đam mê.

Điều họ không muốn đó là:

- một bộ phim của tuần trước hoặc năm trước chỉ có chút thay đổi; họ cần một thứ gì đó mới mẻ, sáng tạo – hãy đưa cho họ.
- một thứ gì đó mà bạn nghĩ rằng nó có tính thương mại (dễ bán); họ muốn một kịch bản làm bạn xúc động và hứng thú, khiến bạn lao thẳng đến bàn phím để đánh máy.
- một thứ gì đó được viết theo đúng xu hướng/gu phổ biến, đi theo những làn sóng nào đó: làm sống lại những kịch bản cổ diển (*Sense And Sensibility, Little Women, Romeo and Juliet, O, Pride and Prejudice, Richard III*); làm lại những TV series (*Scooby-Doo, The Addams Family, The Flintstones, Thunderbirds, The Avengers*); những bộ phim bóng chày, cảnh sát, pháp luật, bệnh viện, phụ nữ trong cơn khủng hoảng, một căn bệnh của tuần, quái vật sống lại, tình cảm hài, kinh dị tuổi teen, siêu anh hùng, những bộ phim hài thô tục, vv. Các bộ phim cần ít nhất 18 tháng để chiếu ngòai rạp. Những kịch bản làm theo phong trào sẽ trở nên lạc hậu ngay tại thời điểm người ta đọc kịch bản của bạn. Các nhà biên kịch phải khởi đầu một xu hướng mới, chứ không phải đi theo người khác.
- những câu chuyện không hấp dẫn, kích thích để khiến họ thấy đam mê; họ không thích những câu chuyện không làm họ hứng thú (ở một mức độ nào đó) ngay từ 10 trang đầu
- họ ghét những lỗi chính tả, chấm câu sai, ngữ pháp sai, câu văn lủng củng, căn chỉnh lề sai hoặc không thống nhất; đa số bọn họ đều ghét thứ ngôn ngữ kể lể dài dòng nhưng lại chẳng thể hiện được hình ảnh gì – đây là nghệ thuật hình ảnh, vì thế hãy kể chuyện bằng hình ảnh.
- họ ghét bất cứ kịch bản nào không có độ dài hợp lý (đây là nguyên tắc cố định)

Nên nhớ rằng: phải quyến rũ Người Đọc

> Một cách học rất hay đó là đọc truyện, xem phim và tin vào bản năng của mình. Bạn càng xem nhiều phim, nhịp điệu của phim càng ngấm vào bên trong bạn.
>
> *Caroline Thompson*

Vì thế để thành công trong ngành biên kịch, bạn cần phải kết nối được với tâm trí và cảm xúc của khán giả. Để làm được việc này, người viết phải biết làm sao để tạo ra được trên trang giấy và trên màn ảnh những hình ảnh có khả năng

hấp dẫn được người đọc và người xem; bạn phải hiểu và tạo ra được sự đồng cảm của khán giả đối với nhân vật, bạn phải tìm kiếm và rút ra những điểm chung trong trải nghiệm ở cuộc sống xung quanh, những sự thật mà người ta có thể nhận ra và nắm bắt được; hãy đưa một cuộc sống mới vào những câu chuyện cũ dưới một cấu trúc giàu tưởng tượng; bằng cách tìm ra xung đột, sau đó đưa tính cá nhân vào rồi làm tình hình căng thẳng hơn khi đưa nhân vật vào hiểm nguy rồi lại tiếp tục đẩy cao căng thẳng; lồng vào chủ đề phim, thống nhất cả câu chuyện theo một lối kể nội tâm, sâu sắc và làm khán giả thỏa mãn. Tài xử lý khéo léo nằm ở ngay đó nhưng khán giả không thể nhận ra.

> Viết một kịch bản phải mang tính cá nhân và thống nhất. Tính cá nhân, tôi muốn nói ở đây là dù bạn viết ở thể loại gì, câu chuyện phải thể hiện những quan điểm cá nhân và sự cân nhắc của người viết. Tính thống nhất nghĩa là mọi yếu tố của kịch bản mà chúng ta nghe và thấy đều nhằm mục đích đẩy câu chuyện tiến lên và mở rộng nhân vật và chủ đề.
>
> *Richard Walter*
> Giảng viên biên kịch UCLA

Hãy tận dụng mọi cách để có thể thu hút và làm hài lòng Người Đọc: cách miêu tả gợi hình và gợi cảm xúc; thoại hài hước và lém lỉnh, bất cứ điều gì – miễn là sự xuất hiện của nó trong kịch bản là hợp lý và có ích. Nhưng cũng không nên đi quá đà.

Hãy nhìn vào kịch bản như là một đoạn hội thoại giữa người viết và khán giả, và từ trên trang giấy hãy tạo ra một bộ phim trong tâm trí Người đọc. Điều gì làm bạn thấy hứng thú, hồi hộp hoặc cảm động, có lẽ cũng gây được ảnh hưởng tương tự đối với Người đọc.

Hiểu được thị trường cũng rất quan trọng. Hòa mình vào trong ngành công nghiệp này: chẳng có nghĩa lý gì nếu bạn gửi đi một kịch bản mà người ta đã chuẩn bị trong giai đoạn sản xuất. Trở lại với nguồn cội - viết ra những kịch bản mà chủ đề đã có từ xa xưa – có thể đem đến chút giá trị với bạn.

10 điều phải làm nếu muốn trở thành một biên kịch tài năng

1. Xem thật nhiều phim truyện nhựa và phim truyền hình (những mảng phim mà bạn muốn viết). Theo dõi xem thị trường đang cho ra đời những gì. Xem những bộ phim hay ít nhất 2 lần: một lần ngoài rạp, một lần xem trên băng đĩa. (Lý tưởng nhất là xem một phim vài lần ở rạp: lần đầu tiên xem với niềm hứng khởi, lần thứ hai soi xét thật kỹ, lần thứ ba theo dõi phản ứng của khán giả). Hãy để ý xem tại sao họ thấy hay và chán, cũng chú ý cách biểu hiện của họ. Hãy viết báo cáo và nhận xét về khán giả.
2. Đọc kịch bản – càng nhiều càng tốt, và đọc bản gốc (xem Chương 22 và phần Tìm hiểu thêm)

3. Tham gia một nhóm viết (rất nên) để tìm hiểu thông tin, thiết lập mạng lưới, giúp đỡ lẫn nhau và nhận những lời nhận xét tích cực.
4. Hiểu rõ về ngành này: hãy đăng ký mua dài hạn và đọc các tạp chí thương mại chuyên ngành phim ảnh. Kiếm tìm thông tin từ Anh, Mỹ, Châu Âu và khắp nơi trên thế giới. Hãy đứng ngòai quan sát, sau đó bước vào và hòa nhập.
5. Đừng nghe những con số thống kê: bạn có muốn làm một người thống kê? 100% các nhà biên kịch đang làm việc hiện nay, trước đây từng chẳng làm gì cả.
6. Mài đũng quần trên ghế hàng ngày và đều đặn, dù chỉ là một giờ mỗi ngày. Ngồi ít nhất là 30 phút hoặc tự đưa ra một mức độ từ tối thiểu cần phải viết mỗi ngày. Hãy tự đề ra lịch làm việc cho mình và ngồi viết.
7. Đừng cố viết sao cho thật chuẩn, cứ viết tự do và hoàn thành cho xong. Đừng phí thời gian vô ích. Hãy cứ thỏai mái viết. Hãy bận tâm đến việc hoàn thiện kịch bản ở giai đoạn viết lại.
8. Kiên định và quyết tâm: nếu không có tố chất đó, hãy rèn luyện cho đến khi có được. Từ chối những lời từ chối
9. Tin tưởng vào bản thân và tài năng của mình: bạn mới là thứ hàng đem bán, chứ không phải kịch bản. Nếu bạn không tin vào mình, làm sao bạn trông đợi người khác sẽ tin mình? Một người đại diện không bỗng dưng có sẵn, tìm ra được một người đại diện cũng không có nghĩa rằng bạn đã cầm chắc trong tay tấm vé dẫn đến thành công và danh vọng.
10. Cứ sau 6 tháng, hãy tự hỏi: mình có đang vui vẻ với quá trình công việc này không? Nếu thấy đau đớn quá, hãy tìm trò khác để chơi.

Đây là cả một quá trình cộng tác, đôi khi bạn bị đẩy tới đẩy lui. Nhưng đây chỉ là một trò chơi và bạn không bắt buộc phải chơi nó.

William Goldman

Nói rằng một kịch bản nào đó đã hoàn thiện là một sai lầm; có những thứ sẽ thay đổi hoặc bị người khác thay đổi. Hãy coi mỗi kịch bản như là một công việc luôn cần phát triển cho đến khi nó được chiếu trên màn hình.

10 điều đảm bảo sẽ đem đến thất bại cho biên kịch

1. Chẳng viết gì cả.
2. Viết dở tệ
3. Chẳng biết gì về thị trường
4. Thô lỗ
5. Hứa mà chẳng giao kịch bản
6. Không chấp nhận lời phê bình
7. Chẳng biết gì về quá trình sản xuất
8. Không thích nghi được
9. Gây phiền toái trong quá trình quay
10. Nghĩ mọi chuyện đơn giản

Và cuối cùng...
Là một nhà biên kịch, bạn sẽ được coi là “kẻ sáng tạo„. Một nhà biên kịch phải luôn không ngừng học hỏi: từ những kịch bản kế tiếp, từ việc gặp gỡ mọi người (đặc biệt là đồng nghiệp và những chuyên gia trong ngành), từ mọi việc bạn làm - học từ cuộc sống và bản thân. Mỗi ngày là một bài học trên lớp.

Những nhà biên kịch chuyên nghiệp thường dành 6 tháng làm việc toàn thời gian để hoàn thành một kịch bản phim truyện nhựa. Vì thế bất cứ ai chịu khó dành tâm huyết để hoàn thành một kịch bản (đặc biệt là kịch bản phim truyện nhựa) – dù chất lượng có như thế nào, người đó cũng đáng ngưỡng mộ. Việc viết lách này đòi hỏi rất nhiều cố gắng và nỗ lực. Nhưng bạn càng làm nhiều, bạn sẽ càng thấy nhẹ nhàng hơn.

> Có một vài nhận định về điện ảnh có thể dẫn dắt cho hầu hết các nhà biên kịch: thứ nhất: điện ảnh là hình ảnh, thứ hai: điện ảnh là việc kể một câu chuyện bằng truyền thông, thứ ba: một khi đã quyết tâm kể một câu chuyện, bạn phải kể một cách hùng hồn, trực tiếp và có tính kinh tế ở trong. Sau khi đã biết được những lời nhận định trên, mọi việc tuỳ thuộc vào việc bạn nắm được nó đến đâu.

Larry Gross
Biên kịch: *48 Hours, Geronimo, True Crime, Prozac Nation, Streets Of Fire*

Vì thế…
1. Viết từ trong chính trái tim
2. Sáng tạo
3. Chuyên nghiệp

Hãy viết ra một kịch bản hấp dẫn, cảm động, sáng tạo với góc nhìn, giọng điệu và đam mê của riêng mình. Hãy ném một quả bom vào ngành này: đánh thức mọi người dậy – đánh thức các giác quan của họ, đánh thức trái tim/tâm hồn của họ. Hãy quyến rũ cảm xúc của họ và thay đổi họ mãi mãi.

> Mỗi một nhà biên kịch vĩ đại đều từng là một biên kịch mới vào nghề - kể cả Shakespeare.

Alan Bleasdale
Tác giả: *Boys From The Blackstuffs, GBH,*
Scully, The Monocled Mutineer

… và cuối cùng, là câu nói nổi tiếng của *William Goldman* về ngành này:

Chẳng ai biết gì cả!

Hãy tạm dừng việc đọc lại, không nói về nó nữa - Viết đi thôi!

22

Biên kịch và Internet

Trong chương này các bạn sẽ học:
Những cơ hội to lớn dành cho các biên kịch trẻ có được nhờ sự lớn mạnh của Internet

Lần đầu tiên lên mạng, cuộc đời bạn sẽ chuyển sang một trang mới, sự phát triển của Internet cũng đem đến chuyển biến lớn lao đối với các nhà biên kịch, họ dễ dàng tiếp cận được với các nguồn thông tin và những mối dây liên lạc rộng khắp trên thế giới. Thật không may khi có một thứ không được mở rộng, đó là nguồn tài chính để sản xuất phim cho bạn.

Có vô số những trang web liên quan đến biên kịch trên Internet và bạn phải biết lựa chọn xem cái gì không phù hợp với mình và cái gì là hữu ích. Một vấn đề khác liên quan đến Internet đó là tốc độ phát triển chóng mặt của nó, vào lúc mà một tác phẩm nào đó được in ra, thì có khi ở trên mạng, nó đã trở thành lỗi thời.

Dưới đây, tôi xin đưa ra những trang web và đường dẫn có ích để các bạn tìm hiểu. Tôi cũng ghi chú những trang web nào mà cá nhân tôi thấy có ích nhất (Xem phần Tìm hiểu thêm để có những đường dẫn về các tổ chức trong ngành này)

Những công cụ tìm kiếm

Trạm dừng chân đầu tiên của bạn có lẽ là những công cụ tìm kiếm. Có rất nhiều công cụ tìm kiếm, nhưng có lẽ rộng lớn và phổ biến nhất là www.google.com – đơn giản, nhanh gọn đưa ra danh sách theo thứ tự liên quan – đây là công cụ tìm kiếm ưa thích của nhiều người.

Chỉ việc nhập vào cửa sổ từ khóa ví dụ như “Gattaca screenplay” (Kịch bản Gattaca) (không để dấu ngoặc kép) và ấn vào nút tìm kiếm. Với Google, khó mà đi sai đường được.

Một vài công cụ tìm kiếm chuyên về biên kịch mà bạn có thể thử:

http://inkpot.com/movielinks/mscripts.html
[The flying inkpot - rất nhiều đường dẫn phù hợp]
http://screenwriting.about.com
[about.com – nhiều đường dẫn hữu ích]
http://search.scriptsecrets.com
[một công cụ tìm kiếm khá hay – đáng lưu tâm]
http://search.yahoo.com/search?p=screenwriting
[yahoo là một công cụ tìm kiếm có ích]
www.dooyoo.co.uk/product/19566.html

[một vài trang web và đường dẫn thú vị]
www.hollywoodnetwork.com
[cổng vào ở Mỹ dẫn tới các nhà biên kịch/sản xuất/đạo diễn]
www.pilot-search.com/links/Organizations/Screenwriting/ [đáng lưu tâm]
www.wcauk.com/links.htm [một công cụ tìm kiếm hay]
www.writerswrite.com/screenwriting
[một vài đường dẫn có ích ở đây]
www.2ksearch.com [một công cụ tìm kiếm hợp lý]

Cơ sở dữ liệu tham khảo
Các bộ phim nói chung
Có lẽ cơ sở dữ liệu tổng quát và hữu ích nhất về các loại phim là Internet Movie Database (www.imdb.com). Một nguồn tìm kiếm dễ truy cập, với đủ thông tin về sản xuất, vai trò của các nghệ sĩ, diễn viên, đoàn làm phim, những câu đề từ, one-liner, tóm tắt cốt truyện, thể loại phim, bình luận phim, vv. với những mục nhỏ có ích như các LHP. Một hang động Aladdin dành cho bất kì ai quan tâm đến phim ảnh.

Ở đây cũng có cơ sở dữ liệu chia theo từng nước ví dụ thông tin về phim ảnh của Anh có thể tìm thấy ở: www.uk.imdb.com/recent/uk

Một vài trang web có ích:
http://movies.yahoo.com [cổng của Yahoo với nhiều thông tin liên quan đến phim ảnh]
http://story.news.yahoo.com/news? [trang mới của yahoo về phim ảnh]
http://studiobrf_newshare.com [thông tin hàng ngày về hoạt động của hãng phim]
http://timelapse.com/tvlink.html [trang dành cho các nhà sản xuất chuyên nghiệp]
www.allmovie.com [trang thông tin về các bộ phim nổi tiếng]
www.boxofficeguru.com [thông tin cập nhật về tình hình ở phòng vé]
www.britmovie.com[những phim nổi tiếng của Anh trong vài thập kỷ qua]
www.cathouse.org/pub/cathouse/movies/database[một trang khá hay]
www.cinema.com [thông tin và những tin đồn mới nhất ở Mỹ + các trường điện ảnh]
www.filmstore.co.uk[về truyền hình]
www.filmunlimited.co.uk [trang của tạp chí Guardian]
www.hollywood.com [thông tin giải trí tổng hợp]
www.hollywoodnetwork.com:80/hm/index.html[rất nhiều đường dẫn hay ở đây]
www.ifilmfinders.com [công cụ tìm kiếm hữu ích]
www.reelclassics.com [cơ sở dữ liệu về các bộ phim kinh điển]
www.showbizdata.com [bảng xếp hạng phòng vé, thương vụ phát triển, thông tin mới nhất về sản xuất trong ngành]

Cơ sở dữ liệu trong các trường đại học
Bạn có thể thấy các đường dẫn sau đây có ích:
http://artscribe.ucr.edu [một trang rất hay của trường ĐH California Riverside – có thể tải miễn phí nhiều kịch bản gốc với format chuẩn]

http://remarque.berkeley.edu/~cohen [Đại học California – Berkeley]
www.columbia.edu/cu/arts/film/main04.htm [ĐH Columbia]
www.tcf.ua.edu/screensite/contents.htm [một trang web hay và vài đường dẫn khác]
www.usc.edu/schools/cntv [ĐH South California]

Trang web dành cho các biên kịch
Những trang chuyên ngành biên kịch
http://geocities.com/Hollywood/Academy/5698 [danh sách liên hệ các biên kịch Châu Âu]
http://home.earthlink.net/~sribbler [trang chủ của Các nhà biên kịch – và các đường dẫn]
http://screenwriters.com/scriptindex.html [một vài trang khá hay]
www.bfi.org.uk/gateway/scripts [phần biên kịch của BFI dẫn tới những trang khác]
www.blackfix.com/scriptwriters.html [Mạng lưới Black screenwriters]
www.darkin.demon.co.uk [cần một chút thời gian để làm quen với nó, một vài đường dẫn khá hay]
www.dvshop.ca/dvcafe/madscreen/navigate.htm [Trang về biên kịch của Canada Mad]
www.euroscreenwriters.com [cơ sở dữ liệu hữu ích của Châu Âu]
www.filmfestivals.com[rất nhiều thông tin bên ngòai về LHP]
www.focal.ch/europeanpitchoint [trang web của Đức rất hay và những lời khuyên về chào hàng kịch bản]
www.internetwriter.co.uk/chapters/index.htm [Công cụ tìm kiếm tuyệt vời với nhiều đường dẫn]
www.keepwriting.com [những đường dẫn hữu ích bao gồm cả đánh giá kịch bản và lớp học trực tuyến]
www.lsw.org.uk [Hội thảo của các nhà biên kịch - rất đáng lưu tâm]
www.moviebytes.com [những cuộc thi, công ty đại diện, việc làm, phần mềm, những bức thư hay và nhiều nữa]
www.moviepitch.com/homeframe.htm [một trang rất hay của chuyên gia về chào hàng kịch bản của Hollywood Robert Kosberg]
www.moviepoet.com [một trang hay của Chris Messineo]
www.netribution.co.uk [một nguồn hay và nhiều đường dẫn, thậm chí cả về vấn đề tài chính – đáng lưu tâm]
www.praxis.com/index.htm [mạng lưới kịch b ản Canada]
www.rinkworks.com/movies [bài bình luận, báo chí, thống kê về phim]
www.screenplay.com [những nguồn, đường dẫn, tìm kiếm, kịch bản, bản tin, phần mềm]
www.screensales.com [những hợp đồng kịch bản mới nhất và nhiều thông tin khác]
www.screenwriters.com [một trang hữu ích của Mỹ và nhiều đường dẫn]
www.screenwritersforum.com [các bài báo, cuộc thi, thông tin - một trang hay]
www.screenwriting.com [Trung tâm nguồn kịch bản]
www.scriptcrawler.net [một công cụ tìm kiếm hay]

www.scriptologist.com [một trang hay của Glenn Bossik có đường dẫn đến Yahoo]
www.scriptsupplies.com [kịch bản, sách, phần mềm, cuộc thi, và nhiều thông tin khác]
www.Themegahitmovies.com [những bài phân tích hay về kịch bản của các phim bom tấn]
www.thescriptvault.com [một trang web đáng lưu tâm của Anh với nhiều tiện ích khác]
www.thesource.com/au/scripts.htm [một trang của Úc, kèm cả bản tin hàng ngày]
www.thestage.co.uk/connect/howto/film01.shtml
www.valley.demon.co.uk [đi cùng với cuốn sách Internet cho Biên kịch, các đường dẫn hữu ích]
www.wordplayer.com [những bài báo và đường dẫn hay]
www.writemovies.com [nhiều đường dẫn hay]
www.writernet.co.uk [một trang của Anh]
www.writersstore.com [nhiều bài báo, phần mềm, sách hữu ích]
www.writersweekly.com [trang của các biên kịch]
www.writerswrite.com/screenwriting [nhiều đường dẫn hay]
www.xerif.com [mạng lưới biên kịch ảo - rất đáng lưu tâm]

Những trang web cho các nhà làm phim cùng các trang và đường dẫn dành cho biên kịch

http://geocities.com/SoHo/Studios/8451/links.htm [một cổng vào rất hay tới các đường dẫn]
http://www.geocities.com/screaming-reels [thông tin về sản xuất - một trang hay]
http://industrycentral.net [một hang động của Aladdin với đủ thứ]
www.escapepictures.com [mạng lưới các nhà làm phim và biên kịch]
www.europeanfilmacademy.org [đúng như tên của trang web]
www.exposure.co.uk/eejit/script [nhiều thông tin bao gồm cả hướng dẫn của Eejit cho việc làm phim. Dang sách liên hệ]
www.farnfilm.com [những đường dẫn rất hữu ích và các trang nguồn]
www.filmfour.com [kênh truyền hình Channel 4 của UK – xem thêm 4filmmakers.com bên dưới]
www.filmmaker.com [thông tin cập nhật thường xuyên về phim và biên kịch]
www.filmmaking.net [những bài báo cập nhật và có ích - UK]
www.filmthreat.com [một tiếng nói độc lập ở Hollywood]
www.filmunderground.com [mạng lưới các trang web làm phim]
www.liveplanet.com [công ty sở hữu đa truyền thông có phần sở hữu của Ben Affleck và Matt Damon; Dự án Greenlight - cuộc thi kịch bản hàng năm]
www.reelscreen.com [dẫn tới các phim Running Dogs]
www.rivalquest.com [trang web của những nhà làm phim không chuyên + đường dẫn các trường dạy làm phim]
www.runningdogfilms.co.uk [một vài đường dẫn và mẹo hay]
www.sundance.org [khởi xướng bởi Robert Redford - rất đáng lưu tâm, xem phần Tìm hiểu thêm]

www.theknowledgeonline.com [cơ sở dữ liệu về những tài năng trong ngành sản xuất phim ở Anh]
www.thrae.com/nbmm [trang web làm phim không có kinh phí - một vài sự thật đau lòng được nêu ra ở đây]
www.triggerstreet.com [một cộng đồng rất hay được sáng lập bởi Kevin Spacey]
www.USfilmproduction.com [hướng dẫn về sản xuất phim, trụ sở ở vùng biển phía tây US]
www.zoetrope.com [trang web tuyệt vời của Francis Ford Coppola - rất đáng để các nhà biên kịch chú ý]
www.4filmmakers.com [những đường dẫn và mẹo hay cho biên kịch, làm phim + phỏng vấn]

Những trang chủ
http://lawrencegray.com [giới biên kịch UK; nhóm viết đặt trụ sở ở HongKong – đường dẫn hay]
http://mta.montana.edu/tobias/.html [Ronald Tobias]
http://writemovies.com [Alex Ross]
http://ourworld.compuserve.com/homepages/wcmartell [William Martell]
www.beyondstructure.com [David Freeman]
www.brainstormnet.com [Jurgen Wolf]
www.createyourscreenplay.com [Barry Pearson]
www.dsiegel.com/film [Don Siegel]
www.howtowritescripts.com [Sandy Eiges]
www.kelly.macmail.com [Robin Kelly]
www.lesliekallen.com [Richard Walter]
www.lewhunter.com [Lew1@alltel.net] [Lew Hunter]
www.martinday.co.uk/writing.htm [một trang web cá nhân với nhiều đường dẫn hay]
www.mckeestory.com [Robert Mckee]
www.themegahitmovies.com [Richard Michaels Stefanik]
www.moviepitch.com/homeframe.htm [Robert Kosberg - Mr Pitch]
www.robinkelly.btinternet.co.uk [www.writing.org.uk]
www.screenplaymastery.com [Michael Hauge]
www.screenwright.com [Charles Deemer]
www.screenwritersutopia.com [Chris Wehner]
www.screenwriters.com/cox/index.html [Kerry Cox]
www.shagpro.com/mrbrown/index.html [Mr.Brown movie site]
www.sudfield.com [Syd Field]
www.thewriterslifeline.com [Kenneth Atchity]
www.writing.org.uk [Robin Kelly]

Kịch bản online
Một trong những tiện ích lớn nhất của Internet đó là sự bùng nổ các trang web giúp cho việc tiếp cận các kịch bản gốc dễ dàng hơn (thường ở dạng phiên bản khác hoặc bản thảo cũ) để xem và tải về - hoàn toàn miễn phí. Một địa chỉ rất hay để bắt đầu đó là Drew’s script-o-rama (www.script-o-rama.com). Bạn cũng

có thể thử tìm ở kho dữ liệu kịch bản Internet (www.iscriptdb.com), một nguồn khổng lồ để tìm kịch bản miễn phí. Một vài trang web khác

Miễn phí:
http://corky.net/scripts [kho kịch bản của Inflow]
http://geocities.com/hollywood/9371/scriptlist.htm [trên 500 kịch bản]
http://geocities.com/kingrr [các bộ phim kinh điển]
http://geocities.com/moviescriptsandscreenplays/ [kịch bản phim]
http://members.tripod.com/~scriptsring/index.html [trang web kịch bản]
http://scriptsgalore.tripod.com [công cụ tìm kiếm hữu ích]
http://sfy.iv.ru [kịch bản dành cho bạn – hàng trăm tựa phim]
http://simplyscripts.com [công cụ tìm kiếm hữu ích]
www.dailyscript.com [ít kịch bản nhưng đều dưới dạng format chuẩn]
www.movie-page.com/movie_scripts.htm [nhiều kịch bản ở đây]
www.moviescripts.de [nhiều kịch bản]
www.multimania.com/spielbrg [đường dẫn tới các kịch bản của Steven Speilberg]
www.pumpkinsoft.de/screenplays451 [kịch bản dưới dạng format chuẩn]
www.screenplayland.com [nhiều đường dẫn hay]
www.screenwriters.com/scriptindex.html [mạng lưới biên kịch ở Hollywood]
www.scriptcrawler.net/resources.shtml [những đường dẫn hay]
www.screenwriterstore.co.uk[nhiều kịch bản tải miễn phí, nhưng chủ yếu là bán]
www.scriptsupplies.com [click vào mục 'Books and scripts']

Mua:
Nếu bạn muốn mua các kịch bản, một nơi rất hay để ghé thăm đó là The Screenwriter Store (www.screenwriterstore.co.uk), ở đây cũng bán sách báo và các phần mềm. Những trang bán hàng hay ở Mỹ là Script city (www.scriptcity.net) và tiệm sách của Larry Edmund (www.larryedmunds.com/books.hist.htm). Giá sẽ rơi vào khoảng từ $15 đến $20 cho một kịch bản (xem phần Tìm hiểu thêm để biết thêm chi tiết). Xem thêm các trang sau:

http://directory.google.com/top/arts/movies/scripts/script-copies-for-sale [công cụ tìm kiếm tốt]
www.harvestmoon.com [tổng hợp thông tin về các nhà xuất bản và nguồn cung cấp]
www.hollywoodbookcity.com/cgi-bin/moviescripts.cgi [trên 3000 tựa phim]
www.madmorgan.com/script_film01.html [trang web sưu tập của Hollywood, kịch bản phim và truyền hình]
www.screenwriter.com/scriptworld.html [hàng ngàn tựa phim]
www.scriptfly.com/screenplays [trên 3000 tựa phim]
www.scriptshack.com/shop/enter.html [một trang hữu ích]

Đấu giá

Một cách hay để có được kịch bản với giá hời. Trang web tổng quát và phổ biến nhất có lẽ là www.ebay.com; bạn có thể vào khu vực từng nước (ví dụ: www.ebay.co.uk. Thử vào trang web con của nó để mua với giá cực rẻ www.half.com

Chỉ cần nhập vào tiêu đề bạn cần tiềm, sau đó là chữ "screenplay", "script" hoặc "teleplay" (không có dấu ngoặc kép và đợi xem bạn thu được gì. Đôi khi những bộ tài liệu dành riêng cho báo chí cũng có chi tiết nội dụng chuyện phim (có khi chi tiết từng cảnh); giá rất rẻ và có ích. Hầu hết các cuộc đấu giá thường diễn ra khoảng 40 phút và kết thúc, thoả thuận với người bán về chi phí vận chuyển. có thể chênh lệch khá nhiều.
Những trang web đấu giá khác:

www.amazon.com & www.amazon.co.uk
www.auctions.com
www.auctions.yahoo.com
www.qxl.com

Cộng đồng, diễn đàn, nhóm, bảng thông báo (bullentin board)
Diễn đàn là một nơi bàn luận rất có ích nếu bạn đang thắc mắc một vấn đề cụ thể nào đó hoặc một chủ đề cần đưa ra liên quan đến viết kịch bản.
Trước tiên hãy vào www.google.com; sau đó click vào 'Groups' rồi click vào 'misc'; click vào mũi tên ở hộp misc và kéo xuống ở phần menu click vào và 'wanted.writing'; sau đó click vào 'misc. writing'; rồi 'misc. writing.screenplays' và bạn sẽ tìm thấy 200,000 chủ đề với các topic khác nhau đang được thảo luận. Click vào phần 'search only in misc. writing.screenplays' và nhập từ khoá hoặc chủ đề vào Search box (ví dụ: Treatment hoặc Frensham) và xem bạn sẽ thu được gì.

Hầu hết những thảo luận online đều chứa nhiều thông tin có ích, nhưng cũng có những cá nhân coi đây là phương tiện để thể hiện cái tôi hoặc phá quấy. Phần thích hợp nhất bạn có thể tìm thấy có lẽ là 'misc. writing.screeplays', 'rec.arts.movies' hoặc 'rec. arts.cinema'. Nên nhớ rằng, cũng như nhiều lĩnh vực khác trên mạng, chúng rất dễ gây nghiện và ngốn thời gian của bạn.
Bạn cũng có thể thử tìm đến các cộng đồng và diễn đàn sau:
http://lawrencegray.com
www.bbc.co.uk/writersroom
www.network54.com
www.petesmoviepage.com
www.timelapse.com/tvlink.html
www.topica.com/lists/screenwritingsecrets
www.writers.net/forum

Yahoo có một vài nhóm rất hay mà bạn có thể tham gia miễn phí. Chỉ việc đánh máy dòng URL http://groups.yahoo.com/group/ sau đó sẽ được dẫn tới: bentubiquity (những nhà làm phim mới); eurofilmexchange; hollyscipt (bản tin

hàng ngày rất hay của Lou Grantt); indiescififilmmakers (không chỉ dành cho fan của thể loại khoa học viễn tưởng sci-fi, có vài đường dẫn có ích khác); moviereport (những bài bình luận về các phim mới nhất ở Mỹ); nyscreenwriter (bản tin rất hay); screenplay; screenwritermagazine (dẫn tới các tờ báo UK – xem phần Tìm hiểu thêm); scriptreader (những Người Đọc trao đổi lời khuyên và kinh nghiệm); SitsVac (diễn đàn UK về các nhà biên kịch viết hài kịch trẻ và kịch bản trình diễn); ukfilmmakers; ukscriptwriting (những bài viết thân thiện và có tính xây dựng); writingbuddies (những nhà biên kịch tìm người cộng tác)

Các tạp chí điện tử và bản tin

Bạn có thể thu được một lượng thông tin dồi dào đặc biệt là những cuộc thi về kịch bản bằng cách đăng ký (miễn phí) để nhận được mail thông báo hàng tuần hoặc hàng tháng:

http://shootingpeople.org [xem thêm ở phần sau]
www.absolutewrite.com [báo điện tử hay]
www.author.co.uk/ezine
www.filmtwentyfourseven.co.uk [bản tin hàng tháng về ngành điện ảnh ở Anh]
www.inscriptionmagazine.com [tạp chí điện tử hàng tuần cho các nhà biên kịch chuyên nghiệp]
www.kamera.co.uk [tạp chí điện tử với nhiều phiên bản in]
www.nyscreenwriter.com [dẫn tới tạp chí Biên kịch – xem phần Tìm hiểu thêm]
www.raindance.co.uk [tổ chức Raindance của Anh – xem phần Tìm hiểu thêm]
www.screenplay.com [trang bản tin hàng tháng rất hữu ích]
www.screenwriters.com/screennet.html [bản tin điện tử của hollywood]
www.scriptmag.com [tạp chí điện tử thường kỳ, xem phần tìm hiểu thêm]
www.shortscriptsonline.com[bản tin điện tử của những người làm phim ngắn, đặt tại New York]
www.studionotes.com [thông tin hướng dẫn phát triển kịch bản]
www.thescript.com/newsletter.html [bản tin thường kỳ của trang Script report]
www.tk-productions.com/auteur [bản tin của các nhà làm phim]
www.tvwriter.com [bản tin, khoá học, hội thảo]
www.writersstore.com [tạp chí 2 tuần/kỳ]
www.writesafe.com [đăng ký kịch bản, bản tin qua mail]

Vào cuộc

Những cuộc thi kịch bản

Có lẽ cơ sở dữ liệu (miễn phí) toàn diện nhất về các cuộc thi kịch bản trên thế giới là Scriptunities và có thể được tìm thấy trong trang web: www.xerif.com/Scriptunities/scriptunities.html; trang web này cũng cung cấp bản tin miễn phí cập nhật hàng tháng cho bạn. Rất đáng chú ý!

Một trang web khác đáng được lưu tâm đó là Project Greenlight (http://projectgreenlight.liveplanet.com/index.jsp), cuộc thi kịch bản hàng năm do công ty của Ben Affleck và Matt Damon tổ chức, công ty này sẽ đảm bảo tài trợ sản xuất và phát hành (thông qua Miramax) đối với kịch bản phim truyện nhựa

thắng cuộc. Hiện nay cuộc thi này chỉ áp dụng ở Mỹ, tuy nhiên trong thời gian tới, họ sẽ mở rộng ra nước ngoài.

Một vài trang web hữu ích khác:
www.firstfilm.co.uk/jerwood.htm [cuộc thi của tổ chức First Film UK – xem phần Tìm hiểu thêm]
www.goasa.com/screenplay_text.shtml [hiệp hội biên kịch Mỹ]
www.hollywoodsnextsuccess.com [bán kịch bản]
www.moviebytes.com/directory.cfm [công cụ tìm kiếm hữu hiệu + thư báo hàng tháng]
www.orangeprize.com/screenwriting/main.html [cuộc thi kịch bản hàng năm ở UK]
www.screendaily.com[cuộc thi kịch bản hàng năm Oscar Moore - quản lý bởi tạp chí Screen International – xem phần Tìm hiểu thêm]
www.screenwritingawards.com [những cuộc thi thường niên ở Mỹ]
www.scriptapalooza.com [những cuộc thi kịch bản phim truyện nhựa và truyền hình]
www.thesource.com.au/the-big-australian[cuộc thi kịch bản Antipodean]
www.writersdigest.com/contests/internat_screenplay.asp [cuộc thi của writer's digest]

Mạng lưới, những buổi mở màn và các cơ hội
Đối với công dân Vương quốc Anh, một nơi quan trọng cần phải đăng ký đó là: http://shootingpeople. org. Họ cung cấp rất nhiều bản tin hàng ngày: một cho các biên kịch, một cho các nhà làm phim truyện, hoạt hình, tài liệu và chọn diễn viên; hàng tuần có một Pitch kịch bản của Vương quốc Anh được đưa lên. Ai đang tìm kiếm cái gì, các công việc (trả lương hoặc không lương), những địa chỉ liên hệ, cuộc thảo luận, mạng lưới, vv. tất cả đều có ở đây. Và hoàn toàn miễn phí (tuy nhiên phải mất 3 ngày mới gửi tin lên được). Tuy nhiên có một khu vực đăng ký (20 bảng) để bạn có thể nhận được những bài gửi lên trong ngày và có thể gửi tin nhắn của mình. Rất đáng lưu tâm.

Những trang web hay khác:
http://industrycentral.net/writers [nơi trao đổi ý kiến của giới biên kịch]
http://www@wftv.org.uk [Tổ chức Women in film and television]
www.abbycon.com/entertainment/producersanddirectors.htm [danh sách tài năng Mỹ]
www.bbc.co.uk/talent [trang web tìm tiếm tài năng của BBC]
www.breakingin.net [những lời khuyên hay về tiếp thị từ trang web của Biên kịch]
www.devilentertainment.net [mạng lưới và bản tin về kịch bản ở Mỹ]
www.filmtalk.org [địa chỉ liên hệ các nhóm làm phim ở UK]
www.filmunderground.com/classified [tìm mục 170 : những kịch bản đang cần]
www.hollywoodlitsales.com [danh mục bán kịch bản]
www.hollywoodsnextsuccess.com [thảo luận về việc bán kịch bản của bạn và các mẹo]

www.ideatosale.com [hội thảo trực tuyến - rất hữu ích]
www.inktip.com [mạng lưới kịch bản và danh mục thư tín của Jerrol LeBaron]
www.mandy.com [Danh mục lớn về các công việc sản xuất phim trên thế giới]
www.mediaresourcecontacts.com/ukp3.htm [danh sách các công ty sản xuất và địa chỉ]
www.nyscreenwriter.com/scripts_wanted.htm [đúng như tên gọi]
www.reunitionswel.com/screenplays [lời khuyên về tiếp thị]
www.screamplay.com [cho những kịch bản phim kinh dị - một phần của trang shortscriptonline.com]
www.screen-lab.co.uk [hội thảo của biên kịch/hội liên minh những nhà sản xuất trẻ]
www.screenplayers.net [viết cho những bộ phim trong tương lai]
www.scriptforsale.com [cho những người muốn bán kịch bản]
www.scriptiverse.com/main.html [thị trường kịch bản]
www.scriptpimp.com [những lưu ý trong giai đoạn phát triển]
www.scriptsales.com [thông tin về những người đang cần mua cái gì]
www.skillsformedia.com
www.starintv.com [đăng ký thuê bao hàng năm]
www.studionotes.com [các nhà sản xuất đang đi tìm dự án]
www.theknowleadgeonline.com [cơ sở dữ liệu tiêu chuẩn của những nhân tài UK]
www.vegasscript.com [hội thảo biên kịch hàng năm Las Vegas]
www.writersscriptnetwork.com/scriptlog [các mạng lưới biên kịch/đạo diễn/nhà sản xuất]

Sự đa dạng

http://accesshollywood.msn.com [chat trực tuyết, phỏng vấn các nhân vật quan trọng trong ngành điện ảnh]
http://movies.eonline.com [một trang giải trí đơn thuần]
http://movies.yahoo.com/upcoming [những bộ phim sắp ra mắt]
www.artistsnetwork.com [Dự án tìm tài năng của Dave Stewart]
www.corono.bc.ca/films/main.html [những thông tin nội tình của quá trình sản xuất phim]
www.entsweb.co.uk/cinema/studios [tìm đường dẫn đến các hãng phim]
www.festival-cannes.fr [trang web chính thức của LHP Cannes]
www.filmdaze.com [trang web của chợ đen phim]
www.filmfestivals.com [cơ sở dữ liệu về các LHP toàn cầu]
www.filmpapers.com [những bài viết, nhận xét, phê bình mang tính chuyên môn – không quá khô khan]
www.gogonzoatcannes.com [những lời khuyên hữu ích cho ai tham dự Cannes]
www.indiewire.com [mạng lưới các nhà làm phim gốc Ấn]
www.launchingfilms.com [trang web hiệp hội phát hành phim ở Anh – rất đáng lưu tâm]
www.upcomingmovies.com [trang chủ với nhiều thông tin lưu trữ]

Những bài báo, phê bình, phỏng vấn

http://geocities.com/hollywood/5555 [những bài phê bình phim từ thập niên 20 và 30]
http://members.aol.com/morgands1/closeup [một trang web rất hay của David morgan - đối thoại với các nhà biên kịch và làm phim
www.aint-it-cool-news.com [trang web review của Harry Knowles - rất tai tiếng, có tầm ảnh hưởng và cần thiết]
www.critics.com [những bài bình luận mới - rất có giá]
www.darkhorizons.com [Garth Franks - một Harry Knowles của Úc]
www.efilmcritic.com [cơ sở dự liệu về phê bình phim ở Úc]
www.filmorama.co.uk [những thông tin và bài bình luận phim không màu mè]
www.fwfr.com [four-word film review - chỉ đơn giản vậy]
www.igs.net/~mtr/haiku-reviews [những bài bình luận rút ngắn như thể thơ haiku]
www.kamera.co.uk [những bài báo, bình luận, phỏng vấn về các bộ phim ít theo dòng chính thống]
www.metacritic.com [vô số các bài bình luận, nhiều đường link hay]
www.mrcranky.com [Anh ta ghét tất cả - rất vui]
www.mrqe.com [công cụ tìm kiếm bài bình luận phim tổng hợp]
www.rinkworks.com/movies [những nhận xét ngắn gọn (vài câu) về các bộ phim]
www.rottentomatoes.com [những đường dẫn hay đến các trang bình luận]
www.suntimes.com/ebert/ebertser.html [những bài bình luận của Robert Ebert]

Các phần mềm
Có rất nhiều phần mềm kịch bản đa dạng về format, đặc tính, cấu trúc - bạn chỉ việc đưa tên ra và người ta có ngay một chương trình cho bạn (ở cả dạng Windows và Mac)

Có rất nhiều những cuộc cãi vã xem chương trình nào uy tín nhất : CharaterPro, Dramatica Pro, Power Structure, Movie Magic Screenwriter 2000, Sophocles, Stagecraft, Storycraft, Storyview… Có một điểm chung của các phần mềm này đó là giá cả: cực kỳ đắt. Thông thường việc mua bán tuỳ thuộc vào lựa chọn của mỗi người, nhưng có lẽ phần mềm phổ biến nhất là Final Draft

Lưu ý: để có thể tải phần mềm format miễn phí, xem cuối chương 2. Các phần mềm miễn phí có sẵn tại www.storymind.com
Một vài trang web có đường dẫn đến chỗ mua phần mềm:

http://mockingbird.creighton.edu/NCW/software.htm
www.hkwriterscircle.com/links.htm#i [trang của Hong Kong - rất hữu ích]
www.masterfreelancer.com [cửa hàng phần mềm biên kịch]
www.screenwriterstore.co.uk [đặt tại London - rất đáng lưu tâm]
www.screenwriting-software.net [công cụ tìm kiếm phần mềm]
www.writersstore.com [trang của Mỹ - rất đầy đủ]

Một vài lời tâm sự cuối

1. Trước khi bắt đầu lướt net, hãy xác định thông tin/mục tiêu mà bạn đang tìm kiếm – và bám chắc vào đó. Đừng có đi dạo vòng vòng qua các

đường dẫn có vẻ thú vị. Rất dễ vì tò mò bạn lạc vào những con đường khác và mất phương hướng mà mình dự tính ban đầu.
Mẹo: Giữ một mẩu giấy và chiếc bút trong tay. Nếu thấy một đường dẫn thú vị, đừng click vào đó. Ghi lại dòng URL của nó và quay lại sau khi bạn tìm được chính xác thông tin bạn dự tính ban đầu.

2. Thời gian không tồn tại trong không gian ảo. Bạn có thể dự tính chỉ lướt net trong 1 giờ, nhưng rồi bạn nhận ra rằng mình vừa ngồi online 3 giờ và đã quá thời gian đi ngủ. Lướt net là thứ hút thời gian kinh khủng.
3. Dành hai giờ trong phòng Chat để thảo luận về biên kịch không giống như hoặc không thể thay thế cho việc dành thời gian đó ngồi viết thực sự. Đấy chỉ là cái cớ bao biện cho bản thân rằng bạn vừa dành thời gian để "nghiên cứu". Không hề! Bạn vừa phí mất 2 giờ đáng ra dành cho việc viết lách.
4. Lướt net và máy tính có thể gây nghiện. Cũng như bất kỳ thứ nghiện nào, bạn phải kiểm soát chúng, chứ không phải để chúng kiểm soát mình (nói dễ hơn làm)
5. Thường xuyên cập nhật phần mềm chống virus.

Những cuốn sách hữu ích
John Ralph, Teach yourself the internet for writers (Teach yourself Books/Hodder & Stoughton)
Christopher Wehner, Screenwriting on the Internet (Michael Wiese Production/Heinemann UK) www.mwp.com

Tìm hiểu thêm

Đọc thêm
Tài liệu tham khảo

BFI (*Viện Phim Anh quốc*) *Film and Television Handbook* (Sổ tay phim và truyền hình). Xuất bản hàng năm vào tháng 11 bởi BFI (xem phần các tổ chức trong ngành)
First Facts (giá khoảng 10 bảng, Quỹ First Film phát hành). Một cuốn sách rất hay giới thiệu về ngành điện ảnh, truyền hình.
Guardian Media Guide (Steve Peak) xuất bản hàng năm b ởi Guadian Books – www.guardian.co.uk
Hollywood Creative Directory, 3000 W.Olympic Blvd #2525, Santa Monica, CA 90404 (ĐT: 1-310-315 4815) www.hcdonline.com. Danh sách các nhà biên kịch, sản xuất, đạo diễn ở Mỹ, vv. giá khoảng 60 bảng mỗi tập (bạn có thể tìm thấy giá rẻ hơn trong www.imdb.com)
PACT Directory. Xuất bản hàng năm; thông tin về các thành viên công ty sản xuất ở Anh. Có sẵn ở PACT - rất hữu ích.
The Screenwriters Utopia: hướng dẫn cho biên kịch đến được với nhà sản xuất, đạo diễn, và đại diện ở Hollywood.

The Writers' and Artists' yearbook (A&C black UK). Xuất bản vào tháng 11 hàng năm

The Writer's handbook (Macmillan/PEN, UK). Xuất bản vào tháng 11 hàng năm. Một sách tham khảo rất hay của UK

The Writer's market - một tài liệu của Mỹ tương tự như cuốn The writer's handbook.

Những cuốn sách về biên kịch

Có rất nhiều sách chuyên về biên kịch. Những quyển hay (ngoài quyển này) là của các tác giả: Richard Blum, John Costello, Syd Field, Michael Hauge, Lew Hunter, Viki King, Jennifer Lerch, Robert McKee, Raindance writer lab, Linda Seger, Dwight&Joye Swain, David Trottier, Christopher Vogler, Michael Chase Walker, Jurgen Wolff & Kerry Cox.

Tiếp thị kịch bản (và chính bản thân)

Max Adams, *The screenwriter's survival guide: guerrilla meeting tactics and other acts of war* ($13.99) những chiến thuật cho các tân binh trong các cuộc gặp và cuộc chiến

Linda Buzzell, *How to make it in Hollywood* ($16.00) – Làm sao để thành công ở Hollywood?

K.Callan, *The Script is finished: what do I do now*? Kịch bản đã hoàn tất: giờ tôi phải làm gì? ($14.95) đã hết bản in, rất hay.

Elane Feldman, *The writer's guide to self-promotion and publicity* Hướng dẫn các nhà biên kịch tự quảng bá.

Syd Field, *Selling a screenplay: the screenwriter's guide to Hollywood* Bán một kịch bản: dẫn đường cho các biên kịch đến với Hollywood

James Russell, *Screen and stage marketing secrets* Những bí mật trong tiếp thị phim và sân khấu ($34.95)

Carl Sautter, *How to sell your screenplay?* Làm sao để bán được kịch bản

Cynthia Whitcomb, *Selling your screenplay* Bán kịch bản của bạn

Jurgen Wolff, *Do something different* Hãy làm điều gì đó khác biệt – những chiến thuật rất hay

Kathie Fong Yoneda, *The script-selling game* Trò chơi bán kịch bản (Michael Wiese Production)

Những cuốn sách làm cơ sở

Geoff Andrew, *Stranger than paradise: maverick film-makers in recent American Cinema*

Kevin Atchity & Chi Li Wong, *Writing treatment that sell* (Owl books)

Alan Aychbourn, *The crafty art of playmaking* (Faber) – những lời quý báu cho tất cả các biên kịch

Peter Biskind, *Easy Riders, Raging Bulls* (Bloomsbury). Những hình ảnh ấn tượng nội tình quá trình làm phim ở Hollywood trong những năm 70.

Jon Boorstin, *Making Movies work: thinking like a filmmaker* ($20). rất hay trong việc hướng dẫn để thu hút khán giả

Joseph Campbell, *The Hero with a thousand faces* (Abacus). Bài nghiên cứu kinh điển về nghệ thuật kể chuyện. Đôi khi hơi nặng nề, nhưng rất đáng đọc.

Joseph Campbell & Bill Moyers, *The power of myth*. Những bài phỏng vấn với Campbell, đây có lẽ là cuốn sách dễ tiếp cận nhất của ông.

Ken Dancynger & Jeff Rush, *Alternative Scriptwriting: Writing beyond the rules.* (Focal Press)

Jake Eberts & Terry Ilott, *My indecision is final: the rise and fall of Goldcrest Films*. (Faber). Rất sắc sảo và bộc lộ nhiều thông tin.

Lajos Egri, *The art of dramatic writing* (Citadel)

Joel Engel, *Screenwriters on Screenwriting* (MJF books).

Robert Evans, *The kids stays in the picture* Hồi ký của một nhà sản xuất của Hollywood; người ta đã làm một bộ phim dựa trên cuốn sách này.

Syd Field, *The Screenwriter's problem solver* (Dell)

Angus Finney, *The egos have landed: the rise and fall of Palace pictures* (Heinemann)

Julian Freidmann, *How to make money scriptwriting* (Boxtree) Những mẹo nhỏ trong ngành này – sách do một người đại diện viết.

William Frough, *The screenwriter looks at the screenwriter* (2 tập) + *Zen and the art of ScreenWriting* (2 tập) (Silman James): những bài phỏng vấn thú vị với các nhà biên kịch.

William Goldman, *Adventures in the screen trade* (Warner books)

William Goldman, *Which lie did I tell?* (Bloomsbury) Cuộc sống trong khu rừng Hollywood: tinh tế, sắc bén, hài hước, rất nên đọc.

Tom Holden, *Teach yourself filmmaking* (Teach yourself books/Hodder & Stoughton)

Karl Iglesias, *101 habits of highly successful screenwriters* (Adams Media Corp.) Những mẹo nhỏ trong giới biên kịch bản Hollywood, lời giới thiệu của Lew Hunter

Chris Jones & Genevieve Jolliffe, *The guerrilla filmmakers handbook* (Harper Collins), hơi lạc hậu những cũng có ích

Rob Long, *Conversation with My agent* (Faber) một bản báo cáo rất vui của biên kịch phim Cheers

Roger von Oech, *A whack on the side of the head* (Thorsons/Harper Collins) một cuốn sách hay về sự sáng tạo tự do.

Alistair Owen, *Story and Character* (Bloomsbury) Những bài phỏng vấn với các biên kịch Anh

Robert Rodriguez, *Rebel without a Crew* những kinh nghiệm rất hay cho các nhà làm phim mới vào nghề, kinh nghiệm từ chính tác giả và cũng là đạo diễn.

Linda Seger, *Making a good writer great: a creative workbook for screenwriters* (Silman – James Press)

Stuart Voytilla, *Myths and the Movies* (Michael Wiese Production). Cấu trúc 'Chuyến đi của người anh hùng' của Vogler được áp dụng vào 50 bộ phim

www.allworth.com/Pages/SC_FT.htm (hướng dẫn về các lĩnh vực xung quanh việc viết kịch bản)

Những địa chỉ hữu ích

Lưu ý: mỗi khi viết cho ai đó, nên gửi kèm một phong bì có dán sẵn tem và ghi địa chỉ của bạn hoặc phong bì có dán tem và đã trả phí đối với gửi quốc tế. Đây là một phép lịch sự thông thường và chuyên nghiệp.

Những nhà cung cấp kịch bản

Mặc dù hiện nay có nhiều kịch bản được phát hành dưới dạng in thành sách, đây là những sản phẩm phát hành sau khi phim được chiếu (nghĩa là có một ai đó ghi lại những điều diễn ra trên màn hình sau khi phim được phát hành) và dưới dạng format khác. Bạn muốn có bản thảo gốc hay kịch bản phân cảnh quay (có nhiều kịch bản có thể tải xuống từ Internet – xem Chương 22)

Có những nơi bán kịch bản (đôi khi bán cả treatment, storyboard. vv) vớớ giá khỏang $15-$20 cho mỗi sản phẩm:

Vương quốc Anh

The screenwriters store, Suite 121, Friars House, 157-168 Blackfriars Road, London SE1 8EZ (Tel: 020 7261 1908 / Fax: 020 7261 1909) www.screenwriterstore.co.uk – basn kịch bản, sách, phần mềm và có vài kịch bản có thể tải miễn phí.

Hoa Kỳ

Larry Edmunds Cinema & Theater Bookshop
Script City 8033 Sunset Bvld., Suite 1500. Hollywood, CA 90046 (Tel: 1-818-764 4120) www.scriptcity.net

Mẹo: Bạn có thể tìm trên www.google.com với những từ khóa như Scripts + Buy hoặc Sale hoặc Screenplays + Purchase

Những tiệm sách chuyên ngành

Cinema Bookshop 13-14 Great Russell Street, London WC1 (Tel: 020 7637 0206)
The Cinema Store, Unit 4b, Orion House, Upper St. Martin's Lane, London WC2H 9NY (Tel: 020 7379 7895)
Larry Edmunds Cinema & Theater Bookshop, 6644 Sunset Blvd., Hollywood, CA 90028 (Tel: 1-213-463 3273 / Fax: 1-213-463 4245) www.larryedmunds.com/bookshist.htm
Samuel French, 7623 Sunset Blvd., W.Hollywood, CA 90046 (Tel: 1-323-876 0570) www.samuelfrench.com
Eliliott M. Katt, 8568 Melrose Ave., W.Hollywood, CA 90069 (Tel: 1-310-652 5178)
Offstage, 37 Chalk Farm Road, Camden, London NM1 8AJ (Tel: 020 7485 4996 / Fax: 020 7916 8046) email: offstagebookshop@aol.com
Quinto, 48a Charing Cross Road, London WC2 (Tel: 020 7379 7669/Fax: 020 7836 5977)

Sam's Book city of Burbank, 308 N.San Fernando Blvd., California, USA (Tel: 1-818 848 4417)
www.hollywoodbookcity.com

Và cũng đừng quên các nhà cung cấp sách trực tuyến trên mạng như www.amazon.com và www.bol.com. Đối với những sách đã hết bản in, có thể tìm ở www.abebooks.com và www.usedbooksearch.co.uk

Những tạp chí biên kịch:
Creative Screenwriting, 6404 Hollywood Blvd., Ste. 415, Los Angeles, CA 90028-6261 (Tel: 1-323-957 1405/Fax: 1-323-957 1406) www.creativescreenwriting.com – 2 kỳ/tháng
Hollywood scriptwriter, PO Box 10277, Burbank, CA 91510 (Tel: 1-818-845 5525) www.hollywoodscriptwriter.com – đăng ký 2 kỳ/tháng
Scenario (tạp chí về nghệ thuật viết kịch bản), 3200 Tower Oaks Blvd., Rockville, MD 20852 (Tel: 1-301-770 2900/Fax: 1-301-984 3203) www.scenariomag.com; SCENARIOrc@aol.com - mỗi số cung cấp 3 kịch bản hoàn chỉnh.
Screenwriter, 655 Fulton Street 276, Brooklyn NY 11217 (Tel: 1-718-398 7197) www.nyscreenwriter.com
scr(i)pt, 5638 Sweet Air road, Baldwin, MD 21013-0007 (Tel: 1-410-592 3466/Fax:1-410-592 8062) www.scriptmag.com – 2 kỳ/tháng cùng với bản tin trực tuyến hữu ích.
Scriptwriter Magazine, 2 Elliott Square, London NW3 3SU (Tel: 020 7586 4853) www.scriptwritermagazine.com; info@scriptwritermagazine.com (xem thêm phần Yahoo group – chương 22) 2 kỳ/tháng - rất đáng đọc
Written By, www.wga.org/writtenby; writtenby@wga.org - tạp chí hàng tháng rất hay của Hiệp hội biên kịch Hoa Kỳ (WGA)

Những tạp chí về truyền thông nói chung
Brainstorm (Fax: 020 7323 3037) www.brainstormnet.com; info@brainstormnet.com - bản tin sáng tạo/sản xuất 2 kỳ tháng của Jurgen Wolff + bản tin trực tuyến từ BstormUK@aol.com

Broadcast, www.subscription.co.uk/broadcast BRO@subscription.co.uk

EMAP Publishing, 33-39 Bowling green lane, London EC1R 0DA (Tel: 01858 438847/Fax: 01858 461739) www.emapmagazines.co.uk

Empire, 7th Floor, Endeavour House, 189 Shaftesbury Avenue, London, WC2H 8JG www.empireonline.co.uk (Tel: 020 7859 9404)

Fade in, 289 S Robertson Blvd. 465 Beverly Hills, CA 90211 (tel: 1-800-6463896) www.fadeinmag.com

Filmmaker, 110 West 57th Street, 3rd Floor, New York, NY 10019-3319 www.filmmakermagazine.com

Film Review, www.visimag.com/filmreview; www.visimag.com/vi-direct/htm; mailorder@visimag.com

Filmwaves, www.filmwaves.co.uk/filmmain.htm - tạp chí cho các nhà làm phim kinh phí thấp

Hollywood reporter, PO box 480800, Los Angeles, CA 90048 (Tel: 1-323-525 2150/Fax:1-213-525 2387) www.hollywoodreporter.com; subscriptions@hollywoodreporter.com

Moving Pictures International – UK: 6 bell yard, London WC2A 2 JR (Tel: 020 7520 5200) www.filmfestivals.com/london/_movp.htm/US: 5225 Wilshire Blvd., Suite 900, L.A., CA 90036 (Tel: 1-213-965 7110/Fax: 1-213-965 8645) xuất bản hàng tháng.

Premiere, 1633 Broadway, New York, NY 10019 (Tel: 1-212-767 5400/Fax: 1-212-767 5450) www.premiere.com xuất bản hàng tháng
Reelscene, tạp chí định kỳ của Viện Raindance (xem phần các tổ chức trong ngành)

Screen International (EMAP – tel: 020 7505 8080). Xem những thông tin cập nhật về mạng lưới sản xuất phim tại www.screendaily.com – và cuộc thi biên kịch hàng năm Oscar Moore

Screentalk, www.screentalk.biz - tạp chí 2 kỳ/tháng của Mỹ Sight & Sound chuyển hộ qua BFI www.bfi.org.uk/sightandsound - mỗi tháng 1 kỳ

The Stage, 47 Bermondsey Street, London SE1 3XT (Tel: 020 7403 1818) www.thestage.co.uk - cuốn kinh thánh dành cho lĩnh vực sân khấu của UK – phát hành hàng tuần + website hữu ích

Total film + total DVD (cả 2 đều 1kỳ/tháng) (Tel: 0870 444 8679) www.totalfilm.net, www.totaldvd.net

Uncut, IPC Media 24th floor, King's Reach Tower, Stamford Street, London SE1 9LS www.uncut.net/index/html - 1kỳ/tháng

Variety (đăng ký ở ngòai nước Mỹ tại: Cahners Publishing, International Circulation Center, Postbus 9000, 2130 DB Hoofdorp, The Netherlands) www.variety.com - cuốn kinh thánh của ngành công nghiệp điện ảnh Mỹ)

Widescreen, c/o Computec Media, Grove House, 55 Lowlands Road, Harrow on the Hill, Middlesex HA1 3AW (Tel: 020 8515 0400) www.widescreen-magazine.co.uk

Worldwide Writers magazine www.worldwidewriters.com

Writers' forum, c/o Writers International Ltd., PO box 3229, Bournemouth BH1 1 ZS, www.worldwidewriters.com

Writers' journal, PO box 25376, St. Paul MA 55125 (Tel: 1-612-730 4280) www.writersjournal.com

Writers' news (chỉ chấp nhận đăng ký mua hàng tháng, 1kỳ/tháng) + writing (bán rộng rãi 2 kỳ/tháng), PO box 168, Leeds LS1 1RF (Tel: 0113 238 8333/Fax: 0113 238 8330) www.writersnews.co.uk - tạp chí được đọc phổ biến ở Vương quốc Anh về các lĩnh vực viết lách và các cơ hội.

Các tổ chức trong ngành
(gần như tất cả đều yêu cầu đăng ký thành viên hàng năm)

American Film Institute (Viện phim Hoa Kỳ) www.afionline.org - trụ sở của Giải thưởng Hàn Lâm – Academy Awards www.oscars.com

American Screenwriter Association, 269 S. Beverly Drive, 2600 Beverly Hills, CA 90212-3807 (Tel/Fax: 1-866-265 9091) www.asascreenwriters.com and www.goasa.com ; asa@goasa.com

BAFTA (British Academy of Film and Television Arts), 195 Piccadilly, London W1J 9LN (Tel: 020 7734 0022/Fax: 020 7734 1792) www.bafta.org

British film Commission, www.britfilmcom.co.uk; BFC@britfilmcom.co.uk - mạng lưới về lĩnh vực phim và các công ty đại diện ở khắp khu vực UK

BFI (British Film Institute) 21 Stephen Street, London W1P 1PL (Tel: 020 7255 1444/Fax: 020 7436 7950) www.bfi.org.uk - phải là hội viên thường niên, có giảm giá, những trang web đào tạo, nguồn thư viện tham khảo và nghiên cứu hữu ích, trang web cũng dẫn tới các hội/nhóm nghệ thuật địa phương (www.arts.org.uk)

Euroscript (cùng địa chỉ với Screenwriters' Workshop) www.euroscript.co.uk – những hội hảo phát triển và hỗ trợ các cuộc thi trong khu vực Châu Âu.

The Film Council, 10 Little Portland, London W1W7JG (Tel: 020 7861 7861/Fax: 020 7861 7862) www.filmcouncil.org.uk; info@filmcouncil.org – cơ quan phim ảnh lớn nhất UK, trang web có rất nhiều đường dẫn; hỗ trợ làm phim ngắn, khuyến khích tài trợ và đào tạo.

First Film Foundation, 9 Bourlet Close, London W1W 7BP (Tel: 020 7580 2111) www.firstfilm.co.uk; info@firstfilm.demon.co.uk - một tổ chức hỗ trợ rất tốt đối với các nhà làm phim và biên kịch lần đầu vào nghề; các cuộc thi kịch bản (Jerwood Prize) và các dự án phát triển.

London Film Commission (tel: 020 7387 8787) www.london-film.co.uk; lfc@london-film.co.uk, chi nhánh ở London của mạng lưới toàn quốc (BFC); đội ngũ nhân viên thân thiện, thư viện tham khảo tốt, nhưng hãy liên hệ qua điện thoại trước (xem thêm: Film London – www.filmcouncil.org.uk/filmlondon)

Media Desk, 4th floor, 66-68 Margaret Street, London W1W8SR (Tel: 020 7323 9733/Fax: 020 73239747) www.mediadesk.co.uk; England@mediadesk.co.uk – những hội thảo và đào tạo: biên kịch, phát triển, sản xuất, vv. - thường cập nhật thông tin qua email.

MediaXchange, 10-11 Moor Street, London W1D 5NF (Tel: 020 7734 2310/Fax: 020 7287 0096) www.mediaxchange.com; info@mediaxchange.com - mạng lưới tổ chức, có lẽ hơi đắt và gây chóang đối với những ai mới vào nghề.

New Playwrights Trust (NPT), Interchange Studios, Dalby Street, London NW5 3NQ (Tel: 020 7284 2818/Fax: 020 7482 5292) www.darkin.demon.co.uk/societies/npt.html - họ rất chào đón các nhà biên kịch mới.

New Producers' Alliance (NPA), 9 Bourlet Close, London W1W 7BP (Tel: 020 7580 2480/Fax: 020 7580 2484) www.npa.org.uk ; queries@npa.org.uk – nhóm những nhà sản xuất năng động (chủ yếu là làm phim); những sự kiện quen thuộc, hội thảo, bản tin và mạng lưới.

PACT (Producers Alliance for Cinema and Television), 45 Mortimer Street, London W1W 8HJ www.pact.co.uk – cơ quan dành cho các nhà sản xuất độc lập ở UK (chủ yếu là lĩnh vực truyền hình); cũng có văn phòng ở Glasgow.

Player-Playwrights, 9 Hillfield Road, London, N10 3QT http://dspace.dial.pipex.com/town/plaza/gen87/main.html - những cuộc gặp thường xuyên tại London.

The Raindance institute, 81 Berwick Street, London W1F 8TW (Tel: 020 7287 3833/Fax: 020 7439 2243) www.raindance.co.uk; info@raindance.co.uk – hội thảo thường xuyên, mạng lưới, các sự kiện pitching, bản tin trực tuyến, tạp chí Screen lab + LHP Raindance hàng năm ở London.

Royal Television Society (RTS), www.rts.org.uk – chi nhánh trên tòan thế giới

Screen Lab, SW/NPA Training, 17 Langland Gardens, London NW3 6QE (Tel: 020 7435 1330/Fax: 0207813 4436) www.screen-lab.co.uk; enquiries@screen-lab.co.uk – liên danh giữa SW và NPA - kết nối mạng lưới giữa các biên kịch trẻ và các nhà sản xuất trẻ.

Screenwriters' workshop (SW), Suffolk House, 1-8 Whitfield Place, London W1T 5JU (Tel: 020 7387 5511) www.lsw.org.uk; screenoffice@tiscalli.co.uk - hội thảo, khóa học, sự kiện, mạng lưới, vv. bắt đầu năm 1983 với tên gọi London Screenwriters' workshop, một trạm khởi hành lý tưởng và thân thiện. Rất đáng lưu tâm.

The Script Factory (đường dây thông tin: 020 7580 1052) www.scriptfactory.com hoặc vào qua www.bfi.org.uk - bài đọc về những kịch bản đang triển khai.

The script vault, PO box 36 Todmorden OL14 7WZ – www.thescriptvault.com. Đăng ký kịch bản (xem chương 16), nguồn tích trữ các tác phẩm của bạn, đánh giá kịch bản, một trang web hay.

Shooting People, www.shootingpeople.org – xem chương 22 để biết thêm chi tiết.

Skillset, Prospect House, 60-100 New Oxford Street, London WC1A 1HB (Tel: 020 7520 5757/Fax: 020 7520 5758) www.skillset.org - tổ chức hỗ trợ đào tạo - chủ yếu là các cơ hội sản xuất.

Skillsformedia (Tel: 08080 300900) www.skillsformedia.com – chương trình tư vấn, liên danh giữa Skillset và BECTU

The Society of Authors, 84 Drayton Gardens, London SW10 9SB (Tel: 020 7373 6642/Fax: 020 7373 5768) www.writers.org.uk

The Sundance Institute (Tel: 1-801-328 3456) www.sundance.org; institute@sundance.org - bước đi tiên phong của Robert Redford nhằm vinh danh những tài năng độc lập; bao gồm cả Screenwriters' Lab (xem thêm tại: www.sundancechannel.com)

T.A.P.S (Television Arts Performance Showcase), Shepperton Studios, Studios Road, Shepperton, Middlesex TW17 0QD (Tel: 01932 572151/Fax: 01932 572233) www.tvarts.demon.co.uk; taps@tvarts.demon.co.uk - cơ quan hỗ trợ ngành truyền thông rất hiệu quả đặc biệt là khi triển khai các tự án kịch bản mới.

Women in Film and Television – http://www@wftv.org (rất tuyệt để thiết lập mạng lưới)

Writers Digest Books, 4700 E.Galbraith Road, Cincinnati, OH 45236 (Tel: 1-513-531 2690, số máy lẻ: 3013) www.writersdigest.com www.writersmarket.com

Writers Guild of American (phía đông), 555 Www. 57th Street, Suite 1230, New York NY 10019 (Tel: 1-212-767 7800/Fax: 1-212-582 1909) www.wgae - hướng dẫn và format của WGA ($10) và những người đại diện ($1), hỏi bàn lễ tân về chi phí vận chuyển.

Writers Guide of America (west), 7000 W Third Street, Los Angeles, CA 90048-4329 (Tel: 1-323-782 4522/Fax: 1-323-782 4802) www.wga.org – qua website này cũng có thể tiếp cận thông tin về Người đại diện và thông tin đăng ký kịch bản + danh sách hiệp hội biên kịch trên tòan thế giới (tạp chí Written by của WGA – writtenby@wga.org)

Writers Guild of Great Britain, 15 Britannia Street, London WC1X 9JN (Tel: 020 7833 0777/Fax: 020 7833 4777) www.writersguild.org.uk - hiệp hội nhà văn và biên kịch của UK; những lời khuyên hay về hợp đồng, quyền và tác quyền; những buổi gặp thường xuyên.

Những người tổ chức các khóa học và hội thảo
Xem phần Các tổ chức trong ngành ở trên và Chương 22

Arvon Foundation, 2nd floor, 42a Buckingham Palace Road, London SW1W 0RE (Tel: 020 7931 7611/Fax: 020 7963 0961) www.arvonfoundation.org – nơi tổ chức các hội thảo; một tổ chức uy tín và lâu đời với các trung tâm ở Devon, West Yorkshire và Scotland.

Moonstone International Screen Labs, 67 George Street, Edinburgh EH2 2JG, Scotland (Tel: 0131-220 2080/Fax: 0131 220 2081) www.moonstone.org.uk; mstonelabs@aol.com – trung tâm đào tạo và phát triển tòan Châu Âu (tham khảo ý kiến của The Sundance Institute)

Panico Films www.panicofilms.com - rất nhiều khóa học về phim bao gồm cả viết kịch bản

Raindance Writers's Lab (Xem về Raindance Institute ở mục Các tổ chức trong ngành)

Richard Walter, thông qua hội thảo Leslie Kallen (Fax: 1-818-906 8931) www.lesliekallen.com; kallengroup@earthlink.net – xem thêm Chương 22 – Trang chủ

Screenwriters' Workshop (xem phần các tổ chức trong ngành)

Writers Boot Camp 2525 Michigan Avenue, Bldg 1, Bergamot Station Arts Center, Santa Monica CA 90404 www.writersbootcamp.com; info@writersbootcamp.com

Khóa học trực tuyến

www.bbk.ac.uk & www.xerif.com/birkbeck/birkbeck.html [Trường Birkbeck, UK]
www.cyberfilmschool.com [Trường điện ảnh Cyber]
www.globalfilmschool.com [Liên kết các trường làm phim Mỹ/Anh/Úc]

www.learner.org/exhibits/cinema [các mẫu viết trong biên kịch]
www.londonbroadcast.com [Trường điện ảnh London]
www.nfts-film-tv.ac.uk [Trường điện ảnh và truyền hình UK]
www.nyfa.com & www.nyfa.com/london [Viện phim New York + cơ sở ở London]
www.singlelane.com/script [hội thảo trên mạng về biên kịch]
www.studentfilms.com [đúng như tên gọi]
www.wizardacademy.com [trường biên kịch]
www.thewritersloft.com [hội thảo và lớp học trực tuyết: đặt tại Mỹ]
www.writersu.s5.com [Trường dành cho nghề viết]
www.writingclasses.com/index.html [Hội thảo biên kịch trực tuyến Gotham]

Khóa học trực tuyến của UCLA
www.uclaextension.org/writers
www.uclaextension.org/index.cfm?href/online_writers/index.cfm
[writers@uclaextension.org]
http://filmprograms.ucla.edu [stmoore@tft.ucla.edu]
www.xerif.com [Mạng lưới biên kịch ảo + những đường dẫn tới các nhóm biên kịch trên tòan thế giới]

Đọc kịch bản/các dịch vụ thẩm định
Khi trả một mức phí nào đó sẽ có một người đọc kịch bản và cho bạn lời khuyên qua một bài viết đánh giá hoặc một cuộc gặp giữa 2 người. Hãy kiểm tra mức giá của họ trước tiên.

Các tổ chức trong ngành (đã nói ở trên) thường cung cấp dịch vụ này là: Euroscript, First Film Foundation, New Playwrights Trust, Raindance Institute, Screenwriters' Workshop, và thậm chí cả Writers Guild of America (tây). Xem thêm ở Chương 22.

http://writemovies.com
Những nơi cung cấp dịch vụ thẩm định/đọc kịch bản trực tuyến:
http://195.157.93.105 [Scriptshop, PO box 26382, London N8 7ZP]
www.gizzascript.com
www.guru-my-screenplay.com [Script Doctor 911]
www.mandy.com/1/services.cfm?c=scrc&t=uscs
www.script-consultant.com [Sandy Eiges]
www.scriptmag.com
www.scriptservices.com
www.scriptshark.com
www.thescriptvault.com [scriptreading@thescriptvault.com]
www.writernet.co.uk

ĐÁP ÁN

Chương 1: Bạn chỉ cần bước 1 và 10 – các bước ở giữa khán giả có thể tự suy ra

Chương 4:
(Câu đề từ)

1. *The usual suspects*
2. *Panic room*
3. *Road to perdition*
4. *Maverick*
5. *Gangs of New york*
6. *The talented Mr. Ripley*

(Chủ đề)

1. *Field of dreams*: Với chúng ta, có những giấc mơ thật quan trọng – ngay cả khi những giấc mơ đó không thể thành sự thật, điều quan trọng là ta biết ước mơ.
2. *Spiderman*: Quyền lực càng cao, trách nhiệm càng lớn. Bộ phim là câu chuyện về lứa tuổi trưởng thành, học cách chịu trách nhiệm đối với những quyết đinh/sự lựa chọn của chính mình – ngay cả khi (đặc biệt) đó là sai lầm; và sau đó, chúng ta mới có thể chín chắn hơn. Đó là vấn đề về bản ngã (Tôi là ai? Đó là ai?), một bộ phim điển hình của thể loại này.
3. *Erin Brockovich*: Đây là vấn đề về giá trị bản thân; để không bị cười nhạo và coi thường, nhưng cũng phải chứng minh được khả năng và tài năng của chính mình; và lòng tự trọng (và biết yêu thương bản thân) xuất phát từ lòng vị tha.
4. *The Legend of Bagger Vance*: Chúng ta chỉ phát huy được khả năng tối đa (cả chuyện công và tư) trong cuộc sống khi bằng lòng với chính mình (đối mặt và chiến thắng được con quỷ/nỗi sợ bên trong bản thân) (Chủ đề tương tự với Good *Will Hunting*)
5. *A.I (Artificial Intelligence)*: Phần người trong mỗi chúng ta được xác định bởi khả năng biết yêu thương và được yêu thương.

Chương 7
(Câu then chốt)

1. *Spider man*: "Đừng bao giờ e sợ chính con người mình" (Dr. Osborn nói với con trai Harry ngồi ở ghế sau xe)
2. *Erin Brockovich*: "Tôi chỉ muốn là một bà mẹ tốt, một người tử tế và một công dân gương mẫu" (Đây chính là mục tiêu của Erin, dù rằng cô chưa thực sự nhận thấy điều này lúc nói câu đó ra)
3. *Chinatown*: "Chúng ta cần phải giàu có để giết một ai đó, bất kỳ ai và không lăn tăn gì cả"

(Sự kiện kịch tính)

1. *My Big Fat Greek Wedding*: Khi Ian bước vào nhà hàng lần đầu tiên và Toula chỉ nói "Mơ ước thật vớ vẩn vì nó chẳng bao giờ thành hiện thực" rồi nhìn anh ta. (Chủ đề tương tự với *Field Of Dreams*)
2. *The Truman Show*: Truman nhận ra ông bố đã chết của mình là kẻ đang lang thang trên đường phố

3. *Erin Brockovich*: Ed Masry yêu cầu Erin mở một vụ mới về vấn đề bất động sản
4. *Spider-man*: đây là một trường hợp thú vị. Dù rằng vết cắn của con nhện làm biến đổi gen xảy ra khá sớm ở phút thứ 9, Peter chỉ thực sự biến đổi ở phút thứ 16-18. Cả hai sự kiện này đều có giá trị tương đương
5. *Field Of Dreams*: Khi Ray đã xây xong sân bóng và câu chuyện tưởng như đã kết thúc, có giọng nói vang lên "Go the distance"
6. *Cruel Intentions*: Vụ đánh cược giữa Sebastian và Kathryn về Annette Hargrove (việc này tạo cơ sở Sebastian lập ra mục tiêu dài hạn)

(Điểm ngoặt 1)

1. *My Big Fat Greek Wedding*: Cha của Toula quyết định rằng cô nên làm việc ở văn phòng du lịch. Cô bắt đầu ngay lập tức
2. *The Truman Show*: Cảnh bãi biển khi Sylvia/Lauren cố gắng nói với anh ta rằng "Mọi người đang giả vờ … tất cả đều là giả tạo… hãy ra khỏi đây" rồi cô ta bị kéo đi.
3. *Erin Brockovich*: Lần đầu đề cập đến chất Crom trong buổi phỏng vấn đầu tiên với Donna Jensen
4. *Spiderman*: Trên nóc mái, cảnh "Mạng nhện, ra đi nào" khi Peter lần đầu tiên phóng ra tơ.
5. *Field Of Dreams*: Sau cuộc chạm chán đầu tiên với Joe Jackson (Tôi xây là cho anh), Ray tuyên bố "Chúng ta sẽ giữ lại sân"
6. Cruel Intention: Khi Sebastian và Annettee bơi cùng nhau và cậu ta bắt đầu thấy trân trọng cô, có lẽ nhiều hơn so với các cuộc chinh phục trước đó.

(Điểm giữa phim - điểm không thể quay đầu lại)

1. *My Big Fat Greek Wedding*: Khi Ian hỏi Toula "Em sẽ cưới anh chứ?"
2. *The Truman Show*: Truman lái xe qua cây cầu (chiến thắng nỗi sợ nước) và lần đầu tiên thoát ra khỏi Đảo biển thiên đường
3. *Erin Brockovich*: Khi cuối cùng Ed đồng ý nhận vụ án (nếu Erin cung cấp được bằng chứng thuyết phục)
4. *Spider man*: Sau cái chết của ông bác Ben (có một phần lỗi của cậu) Peter (lần đầu tiên trong bộ đồ người Nhện) quyết định sẽ cống hiến và làm những điều tốt đẹp cho mọi người, không vì mục đích cá nhân nữa, trong các cảnh chiến đấu, có xen giọng thuyết minh "Quyền lực càng cao, trách nhiệm càng lớn"
5. *Field Of Dreams*: Tại trận bóng chày với Terence Mann, khi Rat nhìn thấy tấm biển về Archibald 'Doc'Graham và một lần nữa nghe thấy câu 'Go the distance'
6. *Cruel Intention*: Sebastian ngủ với Cecile (có ảnh hưởng nghiêm trọng đến mối quan hệ trong tương lai của cậu ta với Annette)

(Điểm ngoặt 2/Khoảnh khắc sự thật)

1. *My Big Fat Greek Wedding*: Cảnh chua chát khi Toula hỏi: “Liệu hôn nhân của con có giết chết bố không?” và mẹ cô trả lời: “Mẹ sinh con ra để con tự sống vì con”.
2. *The Truman Show*: khi nhóm sản xuất phát hiện ra Truman đã trốn khỏi nhà
3. *Erin Brockovich*: Cuộc gặp với cộng sự mới Kurt Potter (và trợ lý Theresa) khi Erin nhận ra rằng người ta đã tước vụ án khỏi tay cô và cô không còn dính líu trách nhiệm gì nữa.
4. *Spider man*: Trong bữa tối lễ tạ ơn với bác May, Dr. Osborn nhìn thấy vết thương ở tay của Peter và biết rằng cậu chính là người Nhện (Ngay sau đó, trong cảnh ở bệnh viện, Peter nhận ra rằng: “Hắn đã biết mình là ai”)
5. *Field Of Dreams*: Mục đích của sân bóng đã lộ ra: cái sân giải quyết mối quan hệ dang dở giữa Ray và bố mình và những điều anh ta ước rằng lẽ ra mình nên nói khi bố còn sống. Nó thể hiện sự gần gũi, thắt chặt lại và Ray giờ đây đã mãn nguyện.
6. *Crule Intention*: Mặc dù cái chết của Sebastian (cứu mạng Annette) là một cao trào, thực sự cao trào cuối cùng là sự trả thù của Sebastian sau khi cậu ta đã nằm dưới nấm mồ: cuốn nhật ký (‘thành tích của tôi’) được phát tán, thói đạo đức giả của Kathryn bị phanh phui.